علم اجتماع السينما وجماهيرها

15.1.2022



إيمانويل إيتيس

ترجمة: سلمى مبارك

معنى

MANA

علم اجتماع السينما

وجماهيرها

MANA.NET

علم اجتماع السينما وجماهيرها

تأليف: إيمانويل إيتيس

ترجمة: سلمى مبارك

الطبعة الأولى: 2021

ISBN: 978-603-03-7842-5

رقم الإيداع: 1442/8476

هذا الكتاب ترجمة لـ:

Emmanuel Ethis,

Sociologie du cinéma et de ses publics

Cover Painting by: John Sloan

الآراء والأفكار الواردة في الكتاب تمثل وجهة نظر المؤلف

الناشر:

دار معنى للنشر و التوزيع

www.mana.net | info@manaa.net | @ManaPlatform

المحتويات

شكر[1]

Damien Malinas, Jean-Louis Fabiani, Raphael Roth, Guysiane et Bernard Ethis, Diane et Jean-Jacques Launier, Guillaume Delorme, Stéphanie Pourquier-Jacquin, Émilie Pamart, Frédéric Gimello- Mesplomb, Laure Adler, François de Singly, Jean-François Camilleri, Joël Chapron, Alexis Loizon, Nathalie Coste-Cerdan, Catherine Démier, Catherine et Max von Sydow, Jérôme Paillard, Marin Karmitz, Michael Bourgatte, Matthieu Prudhon, John Travolta, Patrick Macnee, Christophe Honoré, Ludovic Mannevy, Roger Moore, Billy Wilder, Olivier Alexandre, Quentin Amalou, Alexandre Delorme, Lauriane Guillou, Nicolas Billiou, Dimitri Moulinneuf, Raluca Calin, Marianne Alex, Daniel Raoul, Edith Le Guen, Pierre-Louis et Chantal Suet, Géraldine Gendre, Nicolas Seydoux, Sophie Cazes, Sophie Taillan, Martine Boulangé, Pierre-Raoul .Vernisse, Thierry Frémaux, Pierre Lescure, Ludovic Cuingnart

وإلى دور سينما Pathé CapSud بأفينيون Avignon وقاعات Capitole Les Korrigans de Guingamp, Herbie, Gromit, وسينما Studios .Hidalgo, Bactérie et Cacahuète, Baby Driver, Petit Paysan وإلى كل المتفرجين الذين التقيناهم أثناء العروض، وإلى كل المشغلين الذين يقومون بعمل استثنائي ويستحقون أن نخصص لهم فئة خاصة في جوائز «سيزار» للسينما.

(1) مؤلف الكتاب إيمانويل إيتيس Emmanuel Ethis هو رئيس أكاديمية ومستشار الجامعات، أستاذ بالجامعات وعالم اجتماع السينما، متخصص في جماهير الثقافة بجامعة أفينيون Avignon وبي دو فوكلوز Pays de Vauclus ، وهي الجامعة التي كان رئيسا لها من 2007 إلى 2015. يترأس المجلس الأعلى للتربية الفنية والثقافية Haut Conseil de l'Éducation Artistique et Culturelle والمعهد العالي لتقنيات العروض .l'Institut Supérieur des Techniques du Spectacle

إلى جيري لويس

مقدمة المترجمة

«إن دراسة سوسيولوجيا السينما هي طرحٌ لتَساؤلٍ يدور حول ما يفعله المشاهدون بالسينما».

إيمانويل إتيس

يُقدّم كتاب «علم اجتماع السينما وجماهيرها»[1] من تأليف إيمانويل إيتيس قراءةً اجتماعيةً/تاريخيةً للسينما، بوصفها ممارسةً جماهيريةً ترتبط ارتباطًا وثيقًا بتاريخ بناء دور السينما وتحوُّلاتها واختفائها واستبدالها. يتناولُ الكاتبُ ظاهرةَ الجمهورِ وتقاليدِ المشاهدَة منذ بدايات السينما وحتى زمننا المعاصِر، عارِضًا بعضَ الرؤى النظرية التأسيسية في مجال سوسيولوجيا السينما بشكلٍ مُبسّطٍ ومُوجَزٍ، ومُعتَمِدًا في الجانب الأكبر منه على تحليلاتٍ لعملية المشاهدة ودراسةٍ لاتجاهات الجمهور مرتبطة بسياقات سينمائية مُحدَّدة.

وإذا كان الكتاب يهتمّ بتحليل الجمهور في التجربة السينمائية الفرنسية بالأساس، مثل الدراسة المُخصَّصة لمدينة «أفينيون» بوصفها نموذجًا للمدينة السينمائية في القرن الحادي والعشرين، ودراسة ثانية مخصصة لجمهور مهرجان «كان»، إلّا أنَّ تناول الكتاب لفعل المشاهدة في بعده العولمي يُمكِّن القارئَ العربيَّ مِن التعرُّفِ على نفسه بوصفه مُشاهِدًا مُعاصِرًا عاش تجربةَ السينما منذ نهايات القرن التاسع عشر وتطوَّر معها حتى بدايات القرن الحادي والعشرين.

تُصاحب السينما مراحلَ حياتِنا منذ الطفولة، وتُشكّل طقوسها جانبًا من تنشئتِنا الاجتماعيّة ومُمارسَتِنا الثقافيّة على مدى سنوات العمر، بدايةً مِن تعلُّمِنا آداب المشاهدة الجماعية في قاعة السينما، مرورًا بحواراتنا حول الفيلم الذي شاهدناه معًا بعد خروجنا من قاعة العرض، وحتى سفر عُشّاق السينما من مدينة إلى أخرى في العالَم لمتابعة مهرجاناتها الدولية.

يسعى هذا الكتاب لإبراز دور علم الاجتماع في فهم السينما كممارسة

(1) نُشر في طبعته الأولى عام 2005، وأُعيد إصداره في طبعة رابعة في 2018.

اجتماعية تتداخل حكاياتها مع حكاياتنا الشخصية، تُصاحبنا وتُشكّل وجوهُ نجماتِها ونجومِها صورَ أحلامنا. نلجأ إليها لكي تُساعدنا على فهمِ العالَم ونستدعيها لنُعبّر عن جانب من ذواتنا. هو ينطلق من مفهوم أساسي: تجربة «الرؤية معًا» التي تتأسس عليها مشاهدة الفن السابع. إذ تكشف العلاقات الاجتماعية التي تتشكّل في سياق عملية «الفرجة الجماعية» عن جوانب قلّما يتمّ التطرُّقُ إليها عند دراسة السينما. فالمنظور الدارج عند مقاربة علم الاجتماع للسينما غالبًا ما يتعلّق بالتحليل الاجتماعي للأفلام وبمفهوم «التمثيل» Representation وأنماط التفاعُلِ بين السينما كأشكال و محتوى ودلالات فنية وبين السياقات الاجتماعية المختلفة التي تُعيد إنتاجها.

***

حتى مع وجود وسائط معاصرة - مثل التلفزيون والإنترنت وأقراص ال DVD وال ray-Blu و نظام ال VoD - تظلّ «نزهة» السينما هي الطريقة المفضلة لمشاهدة الأفلام عند الكثيرين، والوسيلة الأولى لتمضية وقت ممتع مع الأصدقاء وبين الأحباء في عطلات نهاية الأسبوع. لذا تحتلّ قاعة العرض السينمائي موقعًا رئيسًا في مقاربة إمانويل إتيس لسوسيولوجيا السينما. إذ تمثّل مكانًا محوريًا في خبرتنا الثقافية والترفيهية بالمدينة، وقِبلةً محببةً لقضاءِ أوقات الفرا غ، ووسيطًا مهمًا يتحقّق من خلاله اللقاء بين المشاهدين والأفلام.

من هذا المنطلّق يسعى إيمانويل إتيس في الفصلين الأول والثاني لاستكشاف تجربة الرؤية معًا في إطار سياقات عدة، أوّلها ما يرتبط بالوجدان الجمعيّ والذاكرة المشتركة للجماعات الثقافية المختلفة، وذلك من خلال الأعمال الفنية التي تُشكّل تراثًا مرجعيًا، وترتبط بمحطات تاريخية مفصلية لدى تلك الجماعات. يتوقّف كذلك الكاتبُ عند العلاقات الجيلية بوصفها خيطًا تتجمّع حوله شرائحُ مِن المشاهدين؛ فقد أكّدَتْ دراسات علم اجتماع السينما أنّ روّادها يفضلون الذهاب إلى القاعات في مجموعات تتشارك عادة في نفس الشريحة العمرية، يبحثون معًا عن عوالِمَ تُشكّل خيالَهم الجمعي. إلى جانب الجماعة الثقافية والشريحة العمرية، تربط السينما كذلك بين مجموعاتٍ من المشاهِدين تتشارك في الجوار الجغرافي. فكثيرًا ما نختار أن نُشاهِدَ الأفلامَ في قاعة السينما «القريبة»، في الحيِّ الذي نسكنه، أو في منطقة غير بعيدة عن مقر السكن. في فرنسا كما في العديد من دول العالم التي نَمَتْ فيها المشاهدة السينمائية بوصفها اختيارًا

أوليًا لقضاء وقت الفراغ على مدى النصف الأول من القرن العشرين، لعبث سينما الأحياء دورًا كبيرًا في إتاحة الإنتاج السينمائي الجديد لسكان المدن مِمَّن يُفضّلون مشاهدة الفيلم في الجوار - حتى مع وصول هذه الأفلام متأخرًا إلى تلك القاعات الصغيرة - وذلك عوضًا عن الذهاب إلى دور السينما الكبيرة الفاخرة في الأحياء المركزية.

من سينما الحي إلى سينما التلفزيون، من الحديث الذي يدور عن الفيلم الجديد الذي يُعرَض في القاعة المجاورة إلى فيلم السهرة الذي شاهدناه بالأمس في التلفزيون، أو ما يسميه إيمانويل إتيس «جنية المنزل»، نتتبع تاريخ نشأة التلفزيون واحتلاله التدريجي موقع قاعة السينما في أوقات الفراغ. لقد أدّى هذا الأمر إلى اختفاء وتدهور الكثير من دور العرض السينمائية بحلول السبعينيات في دول عدة. لكن مع الثمانينيات، بدأت المنشآت السينمائية تعمل على استعادة الجمهور وخلق مذاق جديد لنزهة السينما من خلال إنشاء المجمعات السينمائية التي غدَت تُشكّل مساحات جديدة للتواصل الاجتماعي. فهي تحتوي على قاعات عرض متعددة تَعرِض أفلامًا تُناسب أذواقًا مختلفة، ويتم الاستثمار بقوة في تجهيزات العروض لتوفير جودة تقنية عالية في الصوت والصورة. كذلك هي تهتم بتوفير سُبُلِ الراحة للمشاهدين من حيث إلحاق خدمات متنوعة مرفقة بتلك المنشآت، مثل مواقف السيارات ومناطق التسوّق والمطاعم والمقاهي .. إلخ. وبخلاف دور العرض القديمة، سواءٌ أكانت في وسط المدينة أم في أحيائها المختلفة، أصبحت تلك الدور الجديدة تحتلّ موقعها على أطراف المدن، حيث المساحات الواسعة والأشكال المعمارية المعاصرة. يتوقّف الكاتب عند الفارق بين هذين النوعين ويقارن بينهما من منطلق طبيعة الجماهير التي يجذبها كلٌّ منهما. ويلجأ إلى مداخل علم الاجتماع الحضري التي تسمح بالتوصل إلى نتائج تتعلّق بعادات الجماهير وسلوكياتهم من حيث استخدام وسائل الانتقال (المواصلات العامة أو السيارة الخاصة أو السير على الأقدام)، أو من حيث الذهاب إلى السينما في جماعات أو بشكلٍ فرديّ. ويُقارن كذلك بين القاعات القديمة والجديدة من حيث القدرة على إثارة خيال تلك الجماهير، حيث تظلّ للدور القديمة المرتبطة بالتراث المعماري والهُويّة التاريخية للمدينة السطوةُ في هذا المجال، بينما تُقدِّم القاعات الجديدة في المجمعات السينمائية نفسها بوصفها «شركات خدمية تخاطب الكل».

أما نموذج هوليوود الذي يُنتِج سينما تسعى لجذب جماهير مختلفة، فيطرح تجربة للرؤية معًا ذات مواصفات عالية، تُشكِّل ذائقة سينمائية تتخطى المحددات السابقة وسياقاتها، وتخاطب سوقًا سينمائية أمريكيّة المنشأ، لكنه يتشكل مثل بوتقة انصهار لجماهير ذات مرجعيات ثقافية عدة. يسوق إيمانويل إتيس ما كتبه Bonnell في هذا الشأن:

> عندما نُنظم عروضًا أولَى للأفلام بهدف مواءمة المونتاج مع ذائقة الجمهور، ينتهي بنا المطاف إلى إنتاج فيلم لتشاينا تاون Chinatown، وليتل إيطالي Little Italie، والمجتمعات الناطقة بالإسبانية في كاليفورنيا أو فلوريدا، إلخ. بذلك نكون قد صنعنا منتجًا لعالَمٍ مُصغَّرٍ يُمكن أن يكون صالحًا للكوكب بأكمله. إنَّ بوتقة الانصهار الأمريكية تسمح للاستوديوهات بإنتاجِ أفلام تَمَّ قياسُ نجاحِها على «أصغر قاسمٍ مُشترَكٍ للتطلّعات»، كي تُناسب العدد الأكبر. بعد ذلك يصبح النجاح كوكبيًا.[1]

ويُنهي الفصلَ الثاني بدراسة نموذجية للجماهير السينمائية في واحدة من أكبر المدن السينمائية في أوروبا، وهي مدينة أفنيون، بهدف التوصُّل إلى الكيفية التي تتكوَّن بها الجماهير وتنمو في إطار علاقتها بتاريخ وجغرافية المدينة. يعتمد في هذه الدراسة على عدد كبير من الإحصاءات واستطلاعات الرأي ويستخدم مداخل علم الاجتماع الحضري لتقديم منهجٍ صالحٍ للتطبيق في مُدُنٍ أُخرى في العالَم. فيتوقَّف مثلًا عند عددِ القاعات بالمدينة، وتاريخِ تلك الدور، وموقعِها في جغرافية المدينة، وسِعَتِها، ونِسَبِ الحُضور بها، وطبيعةِ جماهيرها، ونوعيّةِ الأفلام التي تُقدَّم في كلٍّ منها، والقيمِ الرمزيةِ المرتبِطَةِ بالقاعات المختلفة، وأشكال «الشرعية الثقافية» التي تتمتّع بها من منظور الجماعات الثقافية المختلفة. كذلك هو لا ينسى أن يتطرق إلى الشاشات الأخرى شائعة الاستخدام في أفنيون، من شاشات الموبايل إلى السينما المنزلية، لكي يستكمل صورة جمهور السينما في تلك المدينة ذات الخصوصية الفنية بتنوُّعاتها المختلفة.

(1) Bonnel R., « L'hégémonie hollywoodienne », *CinémAction*, hors-série, 2002 p. 43

في الفصل الثالث يُخصّص إتيس الجزء الأول لتقديم ثلاث أطروحات نظرية حاولت تفسيرَ طبيعة السينما من مُنطلَق علاقتها بالمجتمع. فيتناول منظور سيجفريد كراكور (1889 - 1966)، عالم الاجتماع والناقد السينمائي الألماني الشهير، الذي يرى أنّ كُلّ فيلم -أيًّا كان نوعه، سواءٌ أكان واقعيًّا أم «فنتازيا»- يُعدُّ بمثابة فيلم وثائقي يُعبِّر عن الاتجاهات النفسية للفضاء الاجتماعي الذي يحيل إليه. بينما يرى إدجار موران (1921-)، عالم الاجتماع والفليسوف الفرنسي أنّ السينما تُعتبَر مرآةً إنثروبولوجية يتجلّى فيها ما يراه موران بوصفه مؤسسة للخيال الجمعي. في حين يعتقد بيير سورلين (1933-)، المؤرّخ والناقد السينمائي الفرنسي، أن السينما لا تعبّر عن كل شيء، بل فقط عما يَسمح لها المجتمعُ بالتعبير عنه. السينما تسمح لنا بالتعرّف على ما هو قابل للتمثيل من منظور مجتمع ما في لحظة معينة من تاريخه، أو ما يُطلَق عليه «المـرأى» الخاص بالمجتمع. ويتوقف إيمانويل إيتيس عند عددٍ من الظواهر السينمائية التي يتبدّى فيها حوار ضمني بين صناع الفيلم وجماهيره، وهو حوار مبني على «عَقد» ذي شروطٍ مؤسسية غيرِ مُعلَنة. يستكشف إيتيس هذا العقد السينمائي من خلال ثلاثة نماذج: النوع والرقابة والنجم.

يُقدّم أولًا قراءة اجتماعية لمفهوم النوع بوصفه شكلًا من أشكال التعبير الجماعي الذي تتبدّى فيه القيم الثقافية المشتركة للجماعة وبعضٌ من صراعاتها الفكرية. فالنوع يُعدُّ صيغةً تم الاتفاق عليها بشكل غير معلن بين صناع الفيلم ومتلقيه. هو يولد أفقَ انتظارٍ لدى مُتفرّجٍ يختار فيلمًا بناءً على توقعه لِسماتِه ولونِه اللتين يحددهما نوعُه. وينطلِق الكاتبُ من فكرة التعاقد الضمني بين من يصنعون فيلمًا بمواصفات معينة وبين من يتوقعون مشاهدة فيلم يتضمن تلك المواصفات. لكن هذا الفهم للنوع مع ما يحيل إليه من رؤية تميل إلى الثبات، لا يتعارض مع رؤية ديناميكية يستطيع فيها النوعُ تجاوُزَ حدودِه من خلال الحفاظ على السمات التي تسمح باستقراره، مع وجود مساحات مفتوحة على الاختراع والتجديد في إطار التمسُّك بالقواعد المستقرة. ويضرِب مثلًا على ذلك بأفلام ألفريد هتشكوك التي تلجأ إلى النوع كما رسخته دوائر الإنتاج الهوليودي، لكن هتشكوك يُقدّم مع ذلك خطابًا يَحيد به عن الخطاب السائد ويطرَح فنًّا جديدًا أصيلًا باستخدام مواصفات قياسية أرسَتْها المؤسسة.

يتوقف إمانويل إتيس كذلك عند الرقابة بوصفها مؤسسةً تستحضر

هذا «العقد» غير المعلّن بين الأفلام وجماهيرها. يؤكّد أولًا على فكرة «عدم وجود جماعة اجتماعية، مهما كانت درجة تحرُّرِها، لا تُفرز نظمًا من المحظورات». وكما هو الأمر بالنسبة للنوع يرى إتيس الرقابة في السينما بوصفها جهازًا يعتمد على نظام غير مُعلّن من القيم، يعتقد القائمون عليها أنها قيمٌ مشتركة بين الجماعة، وأن مهمّتهم الحفاظ عليها وحماية الشرائح المجتمعية الأكثر هشاشة من تبعات معارضتها. ويتعلّق الجزء التعاقدي هنا بوجوب احترام تلك القيم المفترض أنها قيمٌ مشتركة، مِن قِبَل مَن يقومون بصناعة الأفلام. ومِن ثَمّ، عندما ندرس الرقابة من المنظور الاجتماعيّ يتبيّن من خلال تصفُّح عملياتها أنها تشكل «مرآة أيديولوجية» تُعبّر عن الهموم الأخلاقية لدى المجتمع، وتُظهر كذلك مساحات التسامح المتاحة، والتي تتغير بالضرورة من مرحلة إلى أخرى.

يرصد إيتيس كذلك ظاهرة النجم، ويصفها بالظاهرة التي تتداخل فيها طبقات سحرية ودينية وجمالية. فيبحث عن تلك الهالة التي تجعل من النجم نجمًا عند جماهيره، وعن طبيعة ذلك الشغف الملغز الذي يغلّف صورته لدى محبيه، وعند المفارقة بين صورة النجم البعيدة والرغبة في التشبُّه به وإنزاله من عليائه من خلال اكتشاف «أسرار جمال» النجوم ومحاولة الحصول عليها. يُقدّم الكاتِبُ بعضَ القراءات ذات المنظور الماركسي التي تسعى إلى تفسير ظاهرة النجم في الصناعة الهوليودية على وجه الخصوص. ويسوق ما كتبه عالم الاجتماع البريطاني ريتشارد داير من أن النجم هو أداة تستخدمها الأيديولوجية السائدة في المجتمعات الصناعية الغربية للهيمنة على الجماهير وتمرير رؤى للعالم تسعى لفرض ذاتها بوصفها «صحيحة» و«واحدة».

أما تلقي السينما وأشكاله، فيتناوله إيمانويل إتيس في الفصل الرابع، ويتساءل عن مفهوم الذوق السينمائي. وبعيدًا عن الرؤى التي تقارب الذوق بوصفه مفهومًا ذاتيًا خالصًا، نتعرّف على مجموعة من المعايير التي تتحكم في تشكيل الذوق، وفي تقييمه لما يُطلّق عليه «الفيلم الجيد». لقد كتب لوران جولليه المنظر السينمائي الفرنسي، عن مواصفات ما يُسمّى بـ «الفيلم الجيّد»، وحدد ستة معايير يستخدمها المتلقي، سواءٌ أكان مُشاهِدًا عاديًا أم مُشاهِدًا مُحترفًا (الناقد والخبير). تختلف تلك المعايير من حيث ارتباطها الوثيق بالنماذج السينمائية السائدة، وهي تختلف بالضرورة من عصر إلى آخر ومِن مُجتمعٍ إلى آخر. وهي:

1. الفيلم الجيد فيلم ناجح.
2. الفيلم الجيد متميز تقنيًا.
3. الفيلم الجيد نتعلّم منه.
4. الفيلم الجيد يُحرّك المشاعر.

أما المعياران الأخيران فيتعلقان بالمتلقي الخبير:

1. الفيلم الجيد يُقدّم جديدًا.
2. الفيلم الجيد ذو بنية متماسكة.

أما التلقي الفعلي، فيتناوله الكاتب من المنظور الجماعي ومن المنظور الفردي. نرصد في المنظور الجماعي أول مرحلة من مراحل التلقي، والتي يتم فيها اختيار الفيلم الذي سوف نشاهده. يتبدّى هنا دور الجماعة ودور فعل «الرؤية معًا» في تشكيل اختيارات المشاهدة في الحالة الشائعة التي يذهب فيها المرء لمشاهدة فيلم في مجموعة. يفرد الكاتب صفحات مثيرة عن دَوْر عامِلَةِ الشّباكِ في توجيه المشاهدين للفيلم «الأفضل»، وذلك بناء على عدد التذاكر التي باعتها. أما في تحليله لعملية التلقي الفردي، فنَستكشِف ملمحًا غاية في الدقة يرتبط بإحساس المُشاهِد بالزمن داخل قاعة السينما، وهو ما يبدو ملمحًا ذا طابعٍ فرديٍّ، لكنَّ الكاتب يسعى لتحسُّس الجانب الاجتماعي المشترك فيه، من خلال تبيُّن مجموعات من المشاهدين تتشارك في تقديرها لزمن مشاهدتها لمقاطع محددة من الفيلم. يظهر ذلك من خلال مقارنة هذا الزمن التقديري بالزمن الفعلي المعاش، عن طريق إجراء استبيانات على المشاهدين بهدف تصنيفهم في فئات تبعًا لتقديرهم للزمن، ومِن ثَمَّ استخلاص ما يُسمّيه الكاتب بـ «الهُويّات الزمنية للفيلم» التي تتشكّل في تجربة المشاهدة.

لا يرتبط تلقي السينما فقط بمشاهدة الأفلام لكن كذلك بالطريقة التي نتعاطى بها الثقافة السينمائية من خلال الوسائط الإعلامية المختلفة. ويشير الكاتب إلى الدور الهام الذي تلعبه الدراسات الاستقصائية في الكشف عن الثقافة السينمائية عند شرائح المشاهدين المختلفة. في هذا الفصل نضع أيدينا على ما يشبه المنهج الذي يقودنا إلى معرفة كيفية التعرُّف على ملامح الثقافة السينمائية لدى جمهور مُعيَّن في مرحلة ما. يتوقف إتيس عند برامج المسابقات التلفزيونية المتعلقة بالأفلام التي انتشرت في مرحلة

الستينيات، ودورها في تشكيل الثقافة السينمائية. ويرصد أيضًا دَورَ الكُتب والدوريات والمجلات والصحف والبرامج الإذاعية والتلفزيونية التي تتخذ من السينما موضوعًا رئيسًا، وكذلك دور الهيئات الدينية والسياسية التي ساهمت في تعزيز الثقافة السينمائية، مثل دور الحزب الشيوعي الفرنسي والمركز الكاثوليكي للسينما بعد الحرب العالمية الثانية.

على مدى صفحات هذا الفصل، نتوقَّف عند أشكال ممارسة الثقافة السينمائية في الحياة اليومية لدى فئات مختلفة من المشاهدين، أولها عشاق السينما أو «السنيفيل». يحتل مفهوم «السينفيليا» جانبًا مهمًّا في عرض إتيس. لقد نما هذا العشق الخاص جدًّا للسينما في أوساط مجموعات من المشاهدين في فترة ما بين الحرب العالمية الثانية وثورة 1968. السينفيليا ليست فقط شغفًا بالسينما، لكنها تُشير إلى طرائق «مجانين السينما» في الحياة مع السينما، وفي صياغتها لمرجعياتهم الثقافية وتخلّلها لحواراتهم وتشكيلها لطرائقهم في جمع وتبادل المعلومات السينمائية التي تجعل من هذا العشق شكلًا خاصًّا للوجود في العالَم. ويقارن إتيس بين الثقافة السينمائية التقليدية للسينفيل وأشكال معاصرة لممارسة السينما لدى السينفيل اليوم، حين أصبح تعاطيها أكثر ارتباطًا بمنتديات الإنترنت وحوارات رواد الفضاء الإلكترونيّ وخطاباتهم.

إلى جانب ذلك، نتعرّف على أنماط أخرى لعيْشِ الشغفِ السينمائيّ ترتبط بممارسات صغيرة في الحياة اليومية، مثل وضع الملصقات التي تحمل صور نجومنا المفضلين على جدران الغرف الخاصة في مرحلة المراهقة، والتي تعكس جانبًا من هُويّتنا السينمائية ووسيلة لعرض الذات في سن الشباب. يشكّل كذلك ارتياد مهرجانات السينما الكبرى من قبل المشاهدين العاديين، وليس من قبل هؤلاء المرتبطين مهنيًّا بهذا المجال، شكلًا آخر لممارسة الشغف السينمائي. نتعرف على كيفية عيش هذا الشغف من خلال نتائج استبيان تم إجراؤه على رواد مهرجان «كان» بهدف الكشف عن أنماط سلوكهم، والتعرُّف على أنواع المتعة التي يجدونها في بعض التصرفات، بداية من التسكُّع في شوارع المدينة -بفكرة أنه من المحتمل أن يظنّك البعضُ شخصيةً مشهورةً- وحتى الرغبة في الاحتفاظ بكعوب تذاكر السينما أو اقتناء الكتب وأقراص الـDVD لأفلامك المفضلة.

أما الفصل الخامس فيدور عن دَوْر «التوصية» في توليد الرغبة في المشاهدة، وعن أشكال التوصيات المختلفة التي من شأنها أن تُوجّهنا للبحث

عن فيلم بعينه. يطرح إتيس تساؤلًا رئيسًا يقود تفكيره: هل نشاهد ما سمعنا عنه في العالم الحقيقي أم ما يستند على نظام التوصيات في العالم الافتراضي؟ ويشرح أنَّ تشكُّلَ الجمهور ونُموَّه حولَ أعمالٍ بعينها يعتمد على عمليات مُعقّدة ذات آليات مختلفة. فهناك نوعان من التوصيات: تلك القائمة على تجربة مُعاشة في العالم الحقيقي وتلك التي تعتمد على خوارزميات حاسوبية تُوجّه المشاهِدَ في عصرِ المنصات الرقمية.

في الفضاء الإلكتروني، يتم توجيه المشاهد إلى فيلم أو مسلسل بناء على اختياراته السابقة التي تتشكَّل في أغلب الأحوال، إما من خلال تصفُّحه لتقييمات متفرجين آخرين وللدرجات التي يمنحونها للأفلام على مواقع الإنترنت، وإمّا من خلال ما تُوصي به أنظمة إلكترونية تقوم بِتَتَبُّع اختيارات المشاهدين بِهدفِ تحديدِ مَن تتماثَل أذواقُهم، ومِن ثَمَّ فهي تُوجّهنا لمشاهدة هذا الفيلم أو شراء هذا المسلسل، بناء على اشتراكنا مع مشاهدين آخرين لا نعرفهم، في بعض مما شاهَدوا أو أحبّوا أو اشتروا.

«أولئك الذين شاهدوا هذا الفيلم، قد شاهدوا كذلك هذه الأفلام الأخرى»، «أولئك الذين اشتروا هذا الفيلم، اشتروا أيضًا الأفلام التالية»،«مَن أحبّوا هذا الفيلم، أحبوا كذلك... » إلخ. مرة أخرى، يعتمد هذا الخيار على تماثُل الأذواق بين المتفرجين لتشجيعهم على رؤية أعمال أخرى مُوصى بها بشكلٍ غير مباشر، على أساس من اشتركوا معك في اختيار أو أكثر.

يتناول إتيس هذه الظواهر من مُنطلَق أنَّ تلك التوصيات التي هي نتاج لعملية برمجة إلكترونية تُشكّل بناءً اجتماعيًا يقودنا. ويتساءل: «كيف نتمثّل علاقتنا مع الأعمال الفنية في إطار النشاط الميكانيكي للصناعات الثقافية في القرن ال 21؟ كيف يُعاد تعريف مفهومي «المتفرج» و«الجمهور»، على أساس خياراتنا المشتركة»؟

يقارن إيمانويل إتيس هذه الآليات الإلكترونية التي تقود مسارنا بوصفنا مُشاهِدين، بمحفّزات إنسانية تدفعنا لرؤية هذا الفيلم أو ذاك، تنطلق من التجربة المعاشة في العالم الحقيقي. ولتمثيل ذلك، يحكي عن الكاتب الأمريكي جوناثان كو الذي يسرِد، في واحدة من مجموعاته القصصية، قصةَ اكتشافه لفيلم بيلي وايلدر «الحياة الخاصة لشيرلوك هولمز»، وعن المسار الذي قاده إلى هذا الفيلم منذ اللحظة التي وقعت عيناه فيها وهو طفل صغير على غلاف الكتاب الذي اقتُبِس الفيلم منه، ثم تحوُّله تدريجيًا

إلى مُشاهِدٍ مهووسٍ بهذا الفيلم الذي سيطر على حياته وقاده إلى رحلةِ بحثٍ داخل ذاته لا تشبع أبدًا. ومِن ثَمّ أصبح هذا الفيلم هو العمل الذي يريد أن «يُوصي» به جوناثان كو لَمَن يهمُّه أمرُهم. هنا تتخذ التوصية معنًى وبُعدًا وُجوديًّا يختلف تمامًا عن تلك التوصيات الميكانيكية المضللة في كثير من الأحيان.

من السينما إلى الحياة ومن الحياة إلى السينما.. هذا هو الطريق الدائريّ الذي يقودنا عليه الكاتب في الفصل الأخير. عندما ننغمس في مشاهدة فيلم، نحن نقوم بعمليتين: نستلهم النماذج والمواقف التمثيلية التي يحدثنا الفيلم من خلالها من ناحية، ونسكنه جانبًا من ذواتنا، من ناحية أخرى، فنسقط عليه تجربتنا الشخصية «ونُحمّله معانيَ تتعلق بنا، ونستخلص منه تعاليم في ضوء ما يرمز إليه بالنسبة لنا»، فيصبح الفيلم «مجازًا». يُحوّل الكاتبُ تجربةَ التلقّي الخاصّة بسبعةِ مُتفرّجِين إلى خطاباتٍ تَحكي كيف يتداخَل فيلمُهم المفضَّلُ مع حياتهم، كيف يُحمّلونه أسئلتَهم الوجودية وشواغلَهم الفكرية والأخلاقية. ما تقوله لنا هذه المجازات السينمائية هو أنّ تلك الأعمال السينمائية تتشكّل بشخصياتنا، نستحوذ عليها من خلال نشاط الفرجة، وأن هذا الاستحواذ هو لبّ العلاقة المتجددة بين المشاهد والفيلم.

ولا يسعني في النهاية سوى التأكيد على أن كتاب «علم اجتماع السينما وجماهيرها» يُقدِّم منظورًا مُثيرًا وجديدًا للمشاهدة السينمائية بوصفها فعلًا اجتماعيًّا تاريخيًّا. وأرى أنه من المهم بالنسبة لقارئنا العربي التعرُّف على المنهج الذي يعرضه لقراءة الظاهرة السينمائية في علاقتها بالمدينة وبالعمران، وعلى المفاهيم والمداخل التي يستند إليها في دراسة الشروط الاجتماعية لتلقّي السينما، وهي الشروط التي نخضع لها جميعًا بوصفنا مشاهدين معاصرين.

سلمى مبارك

2021/6/22

مقدِّمة

إن قوة السينما العظمى اجتماعية، فهي تمنح كل منَّا إمكانية ومتعة الحديث عن الأفلام التي نحبها أو نكرهها دون أي حرج. السينما -هذا الفن الذي يعتمد على التشارك مع الجمهور في الحيِّز العام- تسمح بإطلاق الأحكام والتعليقات ببساطة، فتسقط الحدود بين الخطابِ العلمي وخطابِ العامة. عرفت السينما كيف تخترع -مثلها في ذلك مثل العمارة- مفهومًا للجلال تصل به إلى علاقة حميمية مع جميع مشاهديها وذلك من خلال دمج قصصها المصورة مع صور واقعنا اليومي. يُعد الذهاب إلى السينما في فرنسا هو الممارسة الثقافية الأكثر شيوعًا، فـ95٪ من المشاهدين قد ذهبوا إلى قاعة السينما على الأقل مرة واحدة في حياتهم[1]. ومشاهدة الأفلام لا تقتصر على دور السينما وحدها. إذا وضعنا في الحسبان القنوات القومية الرئيسية التي يمكن مشاهدتها بدون تشفير، سنجد أن التلفزيون يبث أكثر من 1000 فيلم سنويًا، نضيف إليها ما يتم تحميله من على الإنترنت، بالإضافة لعروض التلفزيون الأرضي الرقمي TNT ، والقنوات المتخصصة المتاحة عن طريق الاشتراكات وعن طريق خدمة الفيديو حسب الطلب VOD . تؤكد هذه الممارسات الجديدة على أن الفن السينمائي موجود في حداثة الوسيط التكنولوجي الذي يقود حركة انتشاره. في كل عام يشاهد الفرنسيون في المتوسط ما يقرب من مائتين وخمسين فيلمًا على شاشاتهم الصغيرة وثلاثة أفلام في قاعات السينما. وبالتالي فإن شخصًا يبلغ من العمر أربعين عامًا، من المحتمل أن يكون قد شاهد -حتى ولو بشكل عابر- عدة آلاف من الأفلام خلال حياته. ونجد اليوم أن جانبًا كبيرًا من ثقافتنا الفردية والجماعية سينمائي بامتياز، سواء اخترنا ذلك أم كان يحدث بشكل تلقائي، حيث تتدفق تلك الثقافة من الشاشات وتتداخل مع حياتنا اليومية.

تصاحِبُ صور السينما -إذا ما اقتصر حديثنا عليها- حياتنا في كثير من الأحيان منذ سنٍ مبكرة للغاية وبشكل شديد الحميمية. فحتى قبل مشاهدتها على الشاشة الكبيرة أو الصغيرة، تحتل شخصيات أفلام والت

(1) بعد السينما، يأتي بالترتيب: السيرك - 77.5٪ من الفرنسيين قد ذهبوا إلى السيرك على الأقل مرة واحدة في حياتهم - ثم الذهاب إلى المتحف 77٪ - ثم زيارة أثر تاريخي 71٪ - ثم المسرح 57٪.

ديزني Walt Disney، كما يشير لذلك برتراند ماري Bertrand Mary، مكانةً في حياتنا اليومية تظل دون نظير في تاريخ وسائل الإعلام الجماهيرية. من «ميكي» المرسوم على جدران المدارس في المخيمات الفلسطينية بجنوب لبنان، إلى وجه «الثلجة البيضاء» المطرّز على ملابس الشابات الأنيقات في الأحياء الراقية في بكين، إلى «بامبي» التي تزيِّن كبائنَ العاملات بخطوط التجميع على السفن/المصانع في الأسطول الروسي بالمحيط الهادئ (Mary : 2004, p. 15). لا عجب في أن تُشكِّل أولُ خروجة للسينما جزءًا من ذكريات الطفولة المسكونة بخيال ديزني. فقد عرف كل جيل تقريبًا فيلمًا لديزني ارتبط بأعياد الميلاد: «كتاب الغابة»، «*Jungle book*»، و«101 داالميشن» «*Dalmatiens 101*»، و«ماري بوبينس» «*Mary Poppins*»، و«قطط ذوات» «*The Aristocats*»، و«ملكة الثلج» «*Frozen*» وملكاتٍ أخريات يتلألأن مثل أمنياتِ الآباء والأمهات الذين يتطلعون إلى مشاركة أطفالهم لحظاتٍ من المتعة بمشاهدتهم لهذه الرسوم المتحركة معًا. غالبًا ما تكون تلك اللحظة لحظة تعلُّم فريدة، تشير إلى ما يمكن أن نسميه «اجتماعيّة المشاهدة». فبالنسبة للطفل الذي يشاهد السينما للمرة الأولى، سيكون من الضروري، إذا أراد أن يستمتع بالعرض، أن يبدأ بتعلم كيفية الجلوس في مقعد أكبر من حجمه وترويض جسده لمدة ساعتين تقريبًا بحيث لا يتحرك كثيرًا، وأن يتعلم احتواء ردود أفعاله المُفرِطة على الفيلم، والنظر للشاشة والشاشة فقط، حتى لو استبد به الفضول للالتفات حوله ومشاهدة الآخرين وهم يشاهدون الفيلم. ندرك سريعًا أن الذهاب إلى السينما هو، قبل كل شيء، خوضٌ لتجربة «الرؤية معًا»، حيث لا تعني مشاركة نفس العرض في نفس المكان مع آخرين أن نشاركهم بالضرورة نفس الإحساس أو نفس درجة الاستمتاع به. في الواقع، يعني قرار التشارك في مشاهدة فيلم ما قبول مخاطرة الاختلاف حوله أيضًا.

في مرحلة المراهقة وأثناء السنوات النهائية بالمدرسة الثانوية أو السنوات الأولى في الجامعة، عندما نفكر في التحرر من سطوة الأسرة، تظهر السينما في طليعة النزهات الثقافية. نرتادها أولًا بهدف البحث عن أحاسيس مباشرة مثل الخوف، أو التشويق، أو الانفعالات العاطفية ... إلخ. إلا إننا نذهب كذلك للسينما لكي نؤكد قدرتنا على أن «نكون أنفسنا ثقافيًا». تُقدّم السينما إمكانيات رائعة تشكِّل طُرقًا مختصرة نسلكها لكي نُعبِّر عن جانب من هويتنا الاجتماعية، وذلك من خلال الأذواق التي نعلنها وأحاديثنا عن الأفلام والطريقة التي تمكّننا بها السينما من أن نحكي

أنفسنا، كما يظهر ذلك جليًا في المسلسل التلفزيوني «داوسون» *Dawson*. يحكي هذا المسلسل عن مرحلة الشباب لشخصية «كيفن ويليامسون» Kevin Williamson ، الذي يحلم بأن يصبح كاتبًا للسيناريو في هوليوود. تنضم لهذا المراهق -عاشق سبيلبرج Spielberg و«أفلام الأبيض والأسود القديمة»- صديقته الأقرب جوي Joey، كل ليلة في غرفته، ويحاول أن يكشف عن نفسه أمامها: من يكون وما يشعر به، من خلال وساطة السينما التي يحبها. وفي إحدى الأمسيات، تبدو الصديقة غير متحمسة لمشاركته مشاهدة فيلم لجاري كوبر Gary Cooper بحجة أنه «أسوأ من قرص مُنوِّم»، فيجيب داوسون: «أوافق، من غير المعتاد أن يكون الرجل مستقيمًا وقادرًا في الوقت نفسه على إغواء النساء. لماذا لم يعد هناك مكانٌ لهذا النوع من العشَّاق؟ لطيفٌ ومنضبط .. أنيقٌ للغاية دون عجرفة .. لم يعد ذلك ممكنًا اليوم .. ولا أعرف لماذا ..».

من المؤكد أن السينما تُمثِّل شهادةً ثقافية عميقة بالنسبة إلى أجيال من المشاهدين رافقتهم فيها. وانطلاقًا من الممارسات الفعلية لهؤلاء المتفرجين، نعتزم في الصفحات التالية أن نبرز كيف يمكن اللجوء لعلم الاجتماع -وذلك من خلال بعض الاتجاهات الموضوعية الرئيسية التي سنتطرق لها- لفهم السينما وجماهيرها كواقع اجتماعي. على وجه الدقة، يمكننا القول إنَّ عِلمَ اجتماع السينما قد تطور في ثلاثة نواحي رئيسية:. دراسة السينما كصناعة ثقافية وجوانبها الاجتماعية والاقتصادية (هوركهايمر Horkheimer وأدورنوAdorno ، ابروزيسي Abruzzese، بونيل Bonnell ، جومري Gomery ، كريتون Creton ، إلخ)؛ ودراسة تمثيل المجتمع من خلال السينما (كراكاورKracauer ، سورلين Sorlin ، شتايجر Staiger ، بولي Boully، إلخ)؛ ودراسة السينما كمؤسسة اجتماعية للإنتاج والتلقي الثقافي والفني (مورين Morin ، جارفي Jarvie ، إيسكينازي Esquenazi ، جولييه Jullier ، مونبيللو Montebello ، إيتيس Ethis ، إلخ). يستحق كل مجال من هذه المجالات أن نسلط الضوء على الموضوعات الجاري تناولها به على حدة؛ ولكن بدلًا من مجرد الاكتفاء بعرضٍ قد يشبه القائمة السطحية لما يُقدِّمه لنا كلّ منها، فضَّلنا تحديدَ أربعة موضوعات دالة تخترق تلك المجالات الأربعة بشكل جزئي.

سيركز الفصل الأول على فهم الأسباب التي جعلت السينما منذ البداية فنًّا شعبيًّا، وعلى السمات المؤسِّسة لهذه الشعبية.

ويتناول الفصل الثاني قاعة السينما وتاريخها كفضاءٍ للبث في علاقتها بعمران المدينة والمعنى الاجتماعي لفعل احتياز هذا الفضاء. سوف نتطرق إلى مثال يعبّر عن الكيفية التي تعمل بها اليوم مدينة سينمائية هي أفينيون Avignon، والتي تظهر بشكل دوري في الإحصاءات الرسمية باعتبارها واحدةً من أكثر المدن التي يرتادها عشاق السينما في فرنسا.

الفصل الثالث، وعنوانه «العرض السينمائي»، سيعرض للمداخل الاجتماعية الأساسية التي حاولت تحديد طبيعة السينما، لكي نفهم كيف «تُحدِّثنا» الأفلام. سنكتشف أيضًا بعضًا من الأدوات الثابتة التي تستخدمها السينما لتطويع العلاقة مع جماهيرها والإبقاء عليها (الأنواع والنجوم والرقابة).

سيتناول الفصل الرابع أشكالًا مختلفة لتلقِّي الأفلام ولبناء ثقافاتنا السينمائية التي سنكتشفها في تعدديتها.

سيتناول الفصل الخامس ما يسمي بالتوصيات، هذه المقترحات التي تظهر في شكل آراء على جميع المنصات الرقمية لبيع أو استئجار أو الاشتراك في قنوات الفيديو عند الطلب. سوف نفهم كيف تجعلنا هذه التوصيات نقتصر دائمًا على نفس الأفلام، من خلال الاعتماد على تجميع آراء غالبية المشاهِدين، مما يغلق المجالَ أمام أي مقترحات أخرى من شأنها إثارةُ فضولنا السينمائي.

سيركز الفصل السادس والأخير على الطريقة التي تساعدنا بها السينما على أن نفلسف حياتنا، على ذلك النشاط الفكري الفريد الذي يمارسه المتفرّج عندما يرى في الفيلم رموزًا يستعين بها في فهم عالمه بشكل أفضل، وذلك من خلال إنتاج تفسيراته الخاصة للأعمال السينمائية، أو ما يُشكِّل «مجازاته السينمائية».

في كل فصل من تلك الفصول، سيجد القارئ نفسه أمام أسئلة تتم صياغتها دومًا في إطار سياقات محددة، بالإضافة إلى استعراض الحالة الراهنة للإشكاليات النظرية المطروحة، وبقدر الإمكان سنستعين بأمثلة تطبيقية وبيانات تجريبية. في ختام هذا الكتاب، سيتم تناول السينما في علاقتها بالحياة بشكل أكثر رحابة، وبالتالي ما تعنيه اليوم «ممارسة علم اجتماع السينما».

من أجل تعميق هذه الموضوعات، تحتوي البيبليوجرافيا الموجودة

في نهاية الكتاب على جميع المراجع المذكورة، وجميعها قراءات يوصي بها ومن السهل الوصول إليها. وأخيرًا، يمكننا توجيه أولئك الذين يبحثون عن مصادر وبيانات وأرقام محدثة عن الاقتصاد الاجتماعي للسينما، إلى موقع المركز القومي للسينما والصورة المتحركة www.cnc.fr

الفصل 1

السينما فنٌّ «شعبي»

في عام 1903 وفي الطبعة الأولى من الكتالوج الذي وزّعه المخرج جورج ميلييس Georges Méliès على المارة لتشجيعهم على الحضور لمشاهدة أفلامه، كتب في إطار تقديمه لنفسه: «جورج ميلييس أولُ مَنْ صنع أفلامًا سينمائية مكوّنة من مشاهد مرتّبة بصورة اصطناعية. وقد منح هذا الإبداعُ حياةً جديدة لتجارةٍ كانت في سبيلها إلى الزوال». صحيح أن السينما الأولى، سينما لويس لوميير Louis Lumière، كانت وكأنّها قد استنفذت سحر الوثائقية التي فتنت مشاهديها الأوائل، لكن السينما تطوّرت في نهاية الأمر من خلال المزج بين جماليات استُلهمت من مؤسّسيها العظيمين، في نقطة التقاء الواقع والخيال، حتى ولو كان جمهورها سيتشكل فعليًا على الدرب الذي خطّه خيال ميلييس. في نهاية عروض أفلامه، يبدأ المشاهدون في سرد حكايات الأفلام لمن لم يشاهدوها: «الرجل ذو الرأس المطاطي» *L'Homme à la tête de caoutchouc*، «أربعمائة مُزحة من الشيطان»، *Les Quatre Cents Farces du diable* «الرحلة إلى القمر» *Le Voyage dans la lune* وقذيفته الفضائية التي سقطت في عين القمر الصناعي! ونتعجّب -مثل بول جيلسون Paul Gilson في إحدى المجلات الأولى للسينما- من هذه العمليات الذهنية الخفية المسؤولة عن خلط الحقيقة بالخيال، والتي يقوم ميليس بموجبها «بإخراج بيضة من وشاح وبكسرها على الطاولة، وبدلًا من أن يقوم بخلطها، يُخرج منها دمُيةً صغيرة، راقصة باليه في الأوبرا، تستلقي، ثم تغزو صورتُها الشاشة وهي تقوم بعمل حركة فتح واسعة». ولأن السينماتوجراف لا يكتفي بالعرض، بل هو يستقر في قلب عملية السرد لتلك الخرافات الغريبة المسجلة على الشريط الفيلمي، فإنه يمكننا أن نحكي للآخرين ما رأيناه على الشاشة مستعينين بمفردات اللغة. ولأن هذه المفردات التي نلجأ إليها لا تستطيع أن تعبر عن سحر تلك الأحداث الغامضة، فإنه يتعين علينا الذهاب إلى السينما. من يذهب إلى السينما من باب الفضول العارض يصبح مشاهدًا، وهذا المشاهد الذي يعود للسينما ويقنع آخرين بالذهاب إليها، يشكل معهم تدريجيًا جمهور السينما. كذلك فإنه بهدف الوصول لجمهور أوسع يبدأ فيه البرجوازيون بالتواجد جنبًا إلى جنب مع الجمهور الشعبي، سينشئ الأخوان لافيت Lafitte شركة «آرت فيلم» Art Film، وسيخترعان في عام 1908 جميع

العناصر التي تشكل إطارًا لعملية العرض السينمائي: شريط الأخبار، والترويج، والإعلانات، والتقارير عن مواقع التصوير والنقد السينمائي.

ونظرًا لأن السينما في البداية كانت تتشكل فقط من الصور، ظل الاعتقاد راسخًا لفترة طويلة بأن السينما قادرة على تطوير لغة عالمية. ومع ظهور الفيلم الناطق، تذكّرنا أن الفيلم شأنه شأن كل المفردات الثقافية الأخرى يرتبط بمناطق جغرافية تتشارك في استخدام نفس اللغة. وحيث أن الأفلام أصبح وجودها يتوقف أكثر فأكثر على عدد مشاهديها، فإن ترجمة الأفلام بجميع أشكالها ستؤدي إلى استعادة طموحات السينما، التي لا غنى عنها، في أن يشاهدها أكبر عدد من الجماهير، وأن يتجاوزوا حدود الأمّة أو البلد. في هذا السياق ومنذ نهاية الثلاثينيات في الولايات المتحدة، حين استقرت أنماط السرد السينمائي الرئيسية التي نعرفها اليوم، بدأت المقاربات الاجتماعية الأولى للسينما تقدم تعريفات لها بوصفها الأداة الأكثر اكتمالًا لنشر ثقافة تتوجه إلى الجماهير العريضة.

1. استعداد اجتماعي ذو قبول شعبي

1.1 السينما، نتاج ثقافة الجماهير

لفهم المشكلات التي تطرحها ثقافة الجماهير، يجب التذكر أولًا أن تلك الثقافة قد نتجت عن توترات لها طابع وجودي ظهرت في بداية القرن العشرين: فمع الثورة الصناعية وتقسيم العمل الاجتماعي وتخصيص المهام، ستحل فكرة مؤداها أن كل فرد قد أصبح -دون أن يكون بالضرورة على وعي بذلك- مُكمِّلًا للآخرين. ومع ذلك ينطوي هذا الأمر على مفارقة، إذ لن يؤدي هذا التكامل سوى إلى تحلل الفضاء الاجتماعي، حيث لم يعد للأفراد روابط حقيقية ببعضهم البعض. أصبحت المؤسسات البيروقراطية الكبيرة مسؤولة عن الدمج الاجتماعي، وهو الدور الذي كانت تقوم به في السابق المجموعات الأولية والمجتمعات المحلية. نتيجة لهذه البيروقراطية والتي -وفقًا لما ذكره ماكس ويبر Max Weber، تقوم على إخضاع العلاقات والأنشطة للعقلنة وعلى انتفاء البعد الشخصي- تتزايد عزلة الفرد ويتولد لديه شعورٌ بالسخط على العالم ينطبع على شخصيته. كان من المفترض أن تقدم تلك الممارسات الثقافية الجماعية وثقافة الجماهير بديلًا

عن هذه العزلة، إلا أنَّ التهمة وجِّهت للنخب والسلطات العامة برغبتها في استخدام وسائل الإعلام للتأثير على الأفراد وتشكيلهم في كتلة واحدة، بل واستلابهم.

منذ ثلاثينيات القرن العشرين، شاع القلق بشأن التأثير المحتمل للسينما على الشباب، من خلال نماذج الحياة والسلوك التي تقدمها. المثقفون من جانبهم، يصمون ثقافة الجماهير بأنها تشكل تهديدًا لقيمها الفنية والفكرية الموروثة من جمهور عصر التنوير البرجوازي الكلاسيكي. وردًا على تلك المخاوف، تُظهر الدراسات التجريبية لعالم الاجتماع بول ف. لازارسفيلد Paul F. Lazarsfeld أن التأثير المزعوم لثقافة الجماهير هو في الحقيقة مجرد أسطورة تستند إلى نظريات شائعة تتعلق بالفعل الإنساني. وفي ذلك، هو يتفق مع ما سبق وأن كشفت عنه «دراسات صندوق لين» Layne Fund Studies في عام 1934، من أنه من المستحيل التأكد من أن لأفلام العنف تأثيرًا مباشرًا وحاسمًا على جنوح الأحداث. لا تخضع المجموعات الاجتماعية بشكل سلبي لوسائل الإعلام، فهي قادرة على المقاومة بل والإبقاء على استقلالية نسبية تجاه الصحافة والإذاعة والسينما. بالرغم من ذلك لم تكن هذه النتائج كافية لإسكات الأصوات الناقدة لثقافة الجماهير. وهكذا، فإن ما يُسمّى بـ«مدرسة فرانكفورت» ستجمع باحثين، مثل ثيودور دبليو أدورنو Theodor W. Adorno بعد أن نُفيَ إلى الولايات المتحدة خلال الحرب العالمية الثانية، يصوغون فكرة مؤدّاها أن الهدف الرئيسي للثقافة الجماهيرية هو خلق احتياجات اصطناعية للفرد يحلم بتوفيرها، تصرفه في الوقت ذاته عن ظروف وشروط وجوده الحقيقية. بل إن مفتاح فهم مجتمع الجماهير، بالنسبة لماكس هوركهايمر Max Horkheimer، أحد مؤسسي حركة فرانكفورت، موجود حتى في بعض الأفلام. فهو يكتب: «تتذكرون تلك المشاهد الرهيبة التي تُستعرض فيها بضع سنوات من حياة البطل في مجموعة لقطات مُدّتها دقيقة أو دقيقتان، تُظهر كيف ترعرع وشاخ، وكيف بدأت حرب ثم انتهت.. إن تقسيم الوجود إلى لحظات عابرة يمكن وصفها في لمحات سريعة يرمز إلى تفكك البشرية وتحولها إلى شظايا يحكمها عالم يتم التحكم في مقدراته».

على عكس مقاربات لازارسفيلد Lazarsfeld، فإن النقد الذي وجهته مدرسة فرانكفورت للثقافة الجماهيرية ليس مدعومًا للأسف بملاحظات

تجريبية حقيقية، ولا يثبت بشكل فعلي كيف تُستخدم السينما في التلاعب بالجماهير. فهو يهدف أساسًا إلى التنديد -خصوصًا فيما يتعلق بالخيال المرئي والمسموع- بذوبان أفكار العدالة والجمال والمساواة في المنطق الإجرائي للعقلانية ولمعيار الكفاءة بالمجتمعات الحديثة. ستجذب تلك الانتقادات انتباه العلوم الاجتماعية إلى ما يشكل الشروط الخارجية لإنتاج الثقافة. لذلك، لن يعود بالإمكان الاكتفاء بالقول إن الناس يذهبون إلى السينما لأنهم يحتاجون إلى الترفيه، لكن علينا أيضًا أن نتساءل كيف يخلق الاقتصاد الاجتماعي هذه الحاجة وكيف يُشبعها.

في منتصف الخمسينيات من القرن العشرين، تبلورت مختلف الأسئلة التي أثارتها السينما باعتبارها منتجًا من منتجات ثقافة الجماهير، حول ثلاث مقاربات رئيسية ساهمت فيها النقاشات السياسية والأيديولوجية: تتمثل الأولى في الاشتراك مع بعض النخب الفكرية والثقافية في ازدراء عميق للسينما باعتبارها وجبةً مبتذلة مخصصة للطبقات الشعبية النهمة للخيال. مقاربة ثانية هي أقرب إلى رؤى مدرسة فرانكفورت استمرت في تصوير السينما كأداة للتلاعب بالشعب وإخضاعه وبيع الأحلام له بأثمان بخسة، بهدف الإبقاء على حالة من التشوش في قدرته على التمييز بين العالم الحقيقي والعالم الذي يتم تمثيله. ترى المقاربة الثالثة -المابعد ماركسية، وهي الأكثر تحررًا-أن السينما هي واحدة من أكثر المنتجات الفنية قدرةً-ولأول مرة- على تحقيق الدمقرطة الثقافية. وأمام الوعي بالأهمية العلمية للتوفيق بين الإسهامات التجريبية والنقدية لتلك المقاربات المختلفة، سيظهر تيار بحثي جديد في إنجلترا في الستينيات هو: الدراسات الثقافية.

1.2 الدراسات الثقافية: عودة للاهتمام بالثقافات الشعبية

يكتب عالم الاجتماع الإنجليزي ريموند ويليامز Raymond Williams، أن «ما نسمّيه «الجمهور» هو ببساطة هذا الكيان الذي لا نعرفه». (Williams: 1966, p. 111) ومع ذلك فمن غير المُسلّم به خضوع الجمهور بالضرورة لثقافة الجماهير. علاوة على ذلك، فإن مصطلح «الجمهور» لا يُعَرّف سوى بطريقة مبهمة تعجز عن تقديم وصف للواقع الذي يحيل إليه. كيف يمكن القطع بأن عرضًا ما يستهدف جمهورًا لا يتمتع بالحس النقدي أكثر من استهدافه لجمهور واعٍ؟ هل عدد المتفرجين الذين يشاهدون الفيلم هو ما يجعلنا قادرين على تحديد مكانة الفيلم وطبيعة جمهوره؟ إذا كان الأمر كذلك، فما هو عدد المشاهدين الذي يصبح معه فيلمٌ ما موجّهًا لجمهور محروم من حسن الإدراك؟ من الصعب حسم هذا الأمر بشكل نهائي.

ومع ذلك، لا يزال هذا النوع من الأسئلة الذي تطرحه الدراسات الثقافية قائمًا حتى يومنا هذا في فرنسا، إذ يتجلى في الطريقة التي يتم بها وصم الفيلم وفقًا لدائرة التوزيع الخاصة به. وغالبًا ما يتم عمل معارضة هزلية بين الأفلام التجارية والأفلام الفنية. إن الجمع بين فيلم ناجح وجمهوره، الذي يهدف غالبًا إلى التقليل من شأن كليهما، يحجب التجربة الثقافية الحقيقية التي تنشأ في العلاقة بين العمل السينمائي ومشاهديه. في عام 1957، نشر ريتشارد هوجارت Richard Hoggart كتاب «**استخدامات محو الأمية**» *The Uses of Literacy* والذي تُرجم إلى الفرنسية عام 1970، على يد عالم الاجتماع جان - كلود باسيرون Jean-Claude Passeron، تحت عنوان «**ثقافة الفقراء**» *La Culture du pauvre*، وهو عمل تأسيسي يهتم تحديدًا بمعنى التجربة الثقافية في الطبقات العمالية. بالنسبة لريتشارد هوجارت، لا يمكن فهم الممارسات الثقافية للطبقات المُهيمن عليها اجتماعيًا واقتصاديًا إلا في ضوء خضوعها لتلك الهيمنة. يكتب: «أشعر بالدهشة دائمًا عندما أري بعض الكُتّاب يصفون الطموح الشعبي للرفاهية المادية كشكل من أشكال «المادية» أو «الاستلاب». يبحث أفراد الطبقات الشعبية عن سلع معينة، ليس لأنهم حريصون على استهلاك منتجات مجتمع الاستهلاك «الرائعة»، والحصول عليها، ولكن لأنهم يريدون الخروج من وضع يكون من الضروري فيه الكفاح المستمر من أجل «إبقاء الرأس طافيًا»». (ص 225). وهكذا، يُظهر

ريتشارد هوجارت كيف تواجِه الطبقات المُهيمَن عليها، بمنطقها الثقافي الخاص، منتجات الصناعة الثقافية وآثارها. يأخذ هوجارت في الاعتبار تلقي الفئات المختلفة من هذه الطبقات لنداءات منتجات الصناعة الثقافية ورسائلها. فيوضِّح :

«على عكس التصور الواهم -والذي تعود أصوله إلى الجهل بقدرة الطبقات الشعبية على الفصل بين «الحياة الحقيقية، الجادة» وعالم الترفيه- لا تؤثر وسائل الإعلام الجماهيرية نهائيًا في العديد من مجالات الأيديولوجيا والممارسات [...] والمشاعر بشكل عام». (Hoggart : 1970, p. 21).

1.3 سينما «مساء السبت» أو اختراع أفلام شعبية (شعبوية ؟) على الطريقة الفرنسية

لفهم الدلالة التي تتخذها كلمة «شعبوية» عندما نربطها بكلمة «السينما»، من الضروري العودة إلى الإنتاج السينمائي الفرنسي في الثلاثينيات، والذي قام على أكتاف «سينمائيين حرفيين» لم يكن هدفهم الأول هو «صناعة الفن». تظل سينما «مساء السبت» هي أفضل وسيلة للتعبير عن تلك السينما التي كان طابعها الأصلي شعبيًا. في ذلك العصر، كان سخط الجمهور على فيلم ما يعتبر بمثابة فشل يتحمله صناعه. إذا لم يُلاقِ الفيلمُ قبولَ الجمهور، فهذا يعني أن العمل لم يُصنع بشكل جيد. وتجدر الإشارة إلى أنَّ الفكرة القائمة عن الجمهور في عالم السينما الواسع تربطه أساسًا بالنجاحات التجارية. يكفي أن يُقدِّم الفيلم وصفةً تنجح تجاريًا، لكي يتم -في أعقاب ذلك النجاح- إنتاج فيلم آخر على غرار النموذج الأول، باستخدام نفس الموضوعات ونفس الممثلين الذين يؤدون غالبًا نفس الأدوار. الإنطباع الذي تثيره هذه الأفلام هو لجوؤها إلى نموذج موحد في الجماليات والسرد. هذا الانطباع بأننا نرى دومًا نفس الشيء هو الذي سيقود العديد من نقاد الأفلام والمؤرخين إلى إقصاء هذه المنجزات ووضعها في سلة السينما عديمة الفائدة، سينما الإلهاء الصِّرف والفقير التي تصلح فقط لقضاء أمسيات «ليلة السبت».

في عددٍ مثير جدًّا من مجلة *CinémAction* مخصَّص تحديدًا لـ«سينما ليلة السبت»، يشرح جيرار ديزيير Gérard Dessere ونيكولاس شميدت Nicolas Schmidt كيف ساعدت هذه الأفلامُ الأوساطَ الشعبية على احتياز الهويّة والمخيلة الفرنسية ككيانٍ وطني. (Dessere, Schmidt 2000, p. 15 :) ومع غزارة هذا الإنتاج السينمائي، قدَّم كلٌّ من جان جابين Jean Gabin وموريس شوفالييه Maurice Chevalier، ونويل روكفيرت Noël Roquevert، وأرليتي Arletty أو بوليت دوبوست Paulette Dubost، وجوهًا تُجسّد في أحيانٍ كثيرة شخصيات من الطبقات الشعبية، تمتلك الحس الإنساني البسيط لأفراد الشعب. يمكننا أن نستشهد، كمثال على هذا الإنتاج التجاري بفيلم «السيد بيبليه المستحيل» *L'Impossible Monsieur Pipelet* ، الذي تم إنتاجه في عام 1955 بواسطة أندريه هونيبيل André Hunebelle والذي قام بالتمثيل فيه ميشيل سيمون Michel Simon. يعتمد الفيلم إلى حدٍ كبير على أداء الممثل الذي يلعب دور موريس «الرجل الشجاع» الذي يجمع بين عملين: ساعي بريد وحارس مبنى باريسي. عندما تولد قصة حب بين ابنته جاكلين وجورج ابن مالك المبنى، يرفضها موريس. تأخذ زوجته جانب الشابين، في حين أنَّ والدي جورج لا يوافقان على هذا الزواج بين الشابين المنتميين لفئتين اجتماعيتين مختلفتين للغاية. بالطبع تنتهي قصة التصالح الاجتماعي هذه بنهاية سعيدة، ليس فقط بسبب زواج جورج وجاكلين، ولكن لأن الحب يستطيع كذلك -وبالدليل- القضاء على جميع الاختلافات الطبقية. الرسالة الأخلاقية لفيلم «السيد بيبليه المستحيل» واضحة: أيًّا كانت أصولنا الاجتماعية، فنحن نشترك في نفس المشكلات ونواجه نفس الصعوبات في الحياة اليومية، ويكفينا القليل من الرومانسية وبعض المشاعر الطيبة - لإدراك أننا أقرب لبعضنا البعض مما نعتقد في العموم. ومع هذا الإخراج السينمائي للمواجهة بين الأوساط الاجتماعية المختلفة، اختُرِع فنُّ الرد الساخر بل والتهكمي، الذي يمنح الشخصيات من خلال الحوار هذا «الوعي الهادئ» بظروف وجودها. يدل ذلك على أن تلك الشخصيات تدرك وضعها الاجتماعي وتقبله بشكل أو بآخر، دون أن تنتقده أو تطرح التساؤلات حوله. تتخذ «الكلمة الحكيمة» شكلَ الأمثال التي يستطيع المشاهد التعرف عليها وعزلها فورًا : «الحبُّ في الزواج يشبه العلكة، كلما مضغتها، فقدَت طعمها» («الرجل ذو المعطف الواقي من المطر» *L'Homme à l'imperméable*)؛ «اسمع يا بوزو، عليك

الآن أن تجلس إلى مائدة الطعام وإلا سأرفع طبقك وأصرفك بمعدة خاوية!» («ميجري يرى أحمر» *Maigret* voit rouge)؛ «عندما نضحك من البلهاء في ساحة الرقص، لن تكون مع الأوركسترا[1]». («ماريوس» *Marius*). توصف بعض هذه الأعمال الكوميدية الشعبية -وهو ما ليس صحيحًا بالضرورة- بـ«الشعبويّة»، لأن العديد منها يقدّم صورةً تعكس الرضا والتوافق مع روح هذا العصر، صورة تهدف إلى تقديم تمثيل مريح لرجل الشعب عن ذاته، وإذكاء ذائقته لتعاطي صوره.

مقولة أن السينما مرآة للمجتمع تحيل هنا إلى إرضاء رغبة المشاهد الآنية في التقاء عالم مألوف لديه على الشاشة، دون وجود رغبة لدي معظم صناع الأفلام في صنع أعمال تعيش لأجيال طويلة. ومع ذلك سيثبت البعض، مثل جان رينوار Jean Renoir، أنه من الممكن الجمع بين النجاح الشعبي والمشروع الفني. في كتابه المخصص للتاريخ الاجتماعي للسينما الفرنسية، يؤكّد يان داري Yann Darré على أن مُخْرِج «قواعد اللعبة» *La Règle du jeu* قال إنّه يسعى إلى:

> «إرضاء ستة آلاف متفرج لسينما جومونت بالاس Gaumont Palace، حتى لو فهم اثنان منهم فقط ما أراد عمله، مُدَّعيًا بذلك أنه قادر على الجمع بين أكثر الطموحات نخبوية وأكثرها شعبية [...]. في ذلك الوقت كانت كل السينما تجارية، سواء كانت جيدة فنيًا أم سيئة. لكن التجارية هنا لا تعني خفض الطموحات والرداءة الديماغوجية. ما يميز المخرجين من ذوي المستوي السيئ عن هؤلاء من ذوي المستوي الجيد، المخرجين الحرفيين عن المخرجين الفنانين، ليس البحث عن النجاح الجماهيري بل وسيلة تحقيقه». (Darré : 2000, p. 44-45)

وبالفعل يتحقق هذا النجاح. ستزداد معدلات ارتياد قاعات السينما بشكل مستمر في جميع أنحاء فرنسا، بما في ذلك المناطق الريفية: ففي عام 1938، بلغ عدد المشاهدين 220 مليون متفرجًا، و 304 مليون متفرجًا في 1943، إلخ. وهو -بغض النظر عن الفئة العمرية التي تم أخذها

(1) بمعنى أنك ستكون مع البُلهاء في ساحة الرقص. وهي جملة مجازية ساخرة وقول مأثور، مأخوذة من فيلم لمارسيل بانيول Marcel Pagnol. (المترجمة)

في الاعتبار- ما تجاوز التوقعات بشكل كبير.

أصبحت السينما هي النزهة الترفيهية الأولى لكنها لم تَصِر ممارسةً ثقافية بعد. وإذا كانت السينما الأمريكية، التي ستُكتشف تدريجيًا بعد الحرب مباشرة، ستصبح سينما الشباب والمثقفين، فإن السينما الفرنسية هي التي دفعت إلى القاعات بجمهور شعبي دؤوب.

ليس من السهل تحديد ما الذي يجعل من فيلم ما عملًا جماهيريًا. عندما لا ندقق في استخدام كلمتي «شعبي» و«شعبوي» فإن الصفتين ستحل إحداهما محل الأخرى في التعليقات المختلفة. ولهذا السبب فمن الصعب للغاية معرفة كيف نتعامل على سبيل المثال، مع هذه «اللغة الشعبية» التي كانت لصيقة بالممثلين المحترفين في ذلك الوقت والتي ميزت ما يُسمَّى بـ«اتجاه ما»[1] في السينما الفرنسية. وقد اعتُبر كاتب السيناريو والحوار ميشيل أوديار Michel Audiard من أشهر المعبرين عنه. في هذه الأفلام، أحيانًا ما نسمع مزاحًا ساخرًا وسوقيًا، وأحيانًا أخرى نجد فيها تعبيرًا أصيلًا عن الواقعية الشعرية. إذا كنا سنقتصر في تعريف «الشعبوية» على ما يحدده النقد الأدبي، بمعنى استهداف «الشعب» صراحةً من خلال تمثيل شريحة من الحياة مصوغة في شكل فني يرفض الحبكة الخطّية ويلجأ لتعددية الشخصيات، فإن شريحة واحدة فقط من الأفلام التي أُنتجت بين ثلاثينيات وخمسينيات القرن الماضي تتوافق مع هذا التعريف الصارم، ومن بينها «الأراضي المنخفضة» *Les Bas-fonds*، «في الشوارع» *Dans les rues*، و«ظروف مخففة» *Circonstances atténuantes*، إلخ. كما كتب فرانسوا آمي دو لا بريتك François Amy de La Bretèque

> «إنّ دراسة المحتوى الاجتماعي لـ«سينما مساء السبت» دفعتنا إلى ملاحظة، مفادها أن الجمهور الواسع كان يحب أن يرى على الشاشة تمثيلًا لفئات أخرى، على الأقل بنفس القدر الذي كان يحب أن يرى به فئته الاجتماعية ممثلة [...]. لا تسجل السينما الواقع الاجتماعي بشكل مباشر، فالتمثيل الاجتماعي عبارة عن وساطات يتم من خلالها التعبير عن الأوهام والرغبات

(1) «اتجاه ما في السينما الفرنسية» هو عنوان لمقال شهير لفرانسوا تروفو نشره في 1954 يهاجم فيه السينما التقليدية السائدة التي سدد مخرجو الموجة الجديدة سهام النقد اللاذع لها باسم سينما المؤلف التي تبنوها. (المترجمة)

والأحـلام ونبضات الجماهير الـتي تستهدفها تلك الأفـلام».
.(Amy de La Bretèque : 2000, p. 35)

ولأن السينما تسعى تحديدًا لأن تشكل ملتقى لجماهير متنوعة، ستنجح في الجمع بين متفرجين من مستويات ثقافية شديدة الاختلاف، من خلال التكريس المتفق عليه لتراث سينمائي «جماهيري» يصوغ الذاكرة الوطنية. تتشكل الدلالة الاجتماعية لارتياد «سينما مساء السبت» في سياق تجمُّع شعبي لم يسبق له مثيل في تاريخ الممارسات الثقافية. كذلك فإن ما يبدو وكأنه تفاهات في سرديات هذه السينما سيكون هو السبب في تجديد الأشكال الفيلمية وفي تنوعها، من أجل جمهور سيتنوع هو الآخر ويتفتت وفقًا للأنواع السينمائية التي تُقدَّم له.

بداية من الخمسينيات من القرن العشرين، سيؤدي عـرض إنتاج هوليوود بشكل واسع النطاق على الشاشات إلى تواري السينما الفرنسية الشعبية في الخلفية. وستزداد ندرة تلك الأفلام التي تستمر في تقديم القيم المرتبطة بالهوية القومية والقادرة في نفس الوقت على جذب الجمهور الواسع إلى قاعات السنيما؛ وهي أفلام مثل «عطلة السيد هولو»Monsieur Hulot ، «الفرس الأخـضر» *La Jument verte*، «بابا وماما والخادمة وأنا»، *Papa, maman, la bonne et moi* . «نوتردام دي باريس»-*Notre-Dame de Paris*، «الطهي بالزبدة» *La Cuisine au beurre*. سيتم تحديد معيار النجاح الجماهيري للفيلم بناءً على مقاييس مختلفة تمامًا، حيث ستصبح «المليون تذكرة المباعة» هي المقياس المرجعي لهذا النجاح، وحيث لا يراهن الفيلم على علاقة بينه وبين جمهور -يُعتقد ويتم النظر إليه على أنه متجانس- بل على المعنى الاجتماعي لفعل «الـرؤية معًا» السينمائي.

2. معنى «الرؤية معًا»

2.1 التردد على السينما نشاط يمتد ليشمل مجموع السكان

جدول 1 - ارتياد دور السينما خلال الاثني عشر شهرًا السابقة على الاستطلاع (1997)

من أصل 100 فرد من كل فئة	على الأقل مرة واحدة	مرة أو مرتان	3 أو مرات 4	من 5 إلى 10 مرات	أكثر من 11 مرة
مزارعون	32	32	31	23	٪14
مهن الفن والإعلام ورؤساء الشركات	59	35	19	26	20
مهن تنفيذية وفكرية	82	12	17	30	41
مهن وسيطة	72	25	21	29	25
موظفون	61	28	20	24	28
عمال مهرة	48	28	22	27	23
عمال غير مهرة	38	33	16	36	15
متقاعدون	24	37	21	21	21
آخرون لا يعملون	40	17	14	22	47

القول السائد اليوم بأن السينما تظل هي «الممارسة الثقافية الأكثر شعبية» لا يعني أنها تمس فقط الطبقات الشعبية، ولكن معناه أنها تحظى بشعبية كبيرة في جميع الفئات الاجتماعية. هذا هو ما نعرفه من الدراسات الاستقصائية الكمية الكبري التي أجريت على التصنيف الاجتماعي لجماهير السينما. على سبيل المثال، تظهر الأرقام المأخوذة من الدراسة الاستقصائية حول الممارسات الثقافية للفرنسيين في عام 1997، والتي نفهمها بسهولة من الجدول 1، كيف أن التردد على دور السينما

يتوزع على أساس الفئات الاجتماعية المهنية. فمن بين 100 مزارع، أعلن 32 منهم أنهم ذهبوا إلى السينما مرة واحدة على الأقل خلال الاثني عشر شهرًا الماضية ؛ ومن بين هؤلاء المزارعين البالغ عددهم 32، أعلن 23٪ أنهم ذهبوا إلى هناك بين خمس وعشر مرات. بالإضافة لما يتيحه الجدول من مقارنة لمعدلات التردد على دور السينما بين الفئات الاجتماعية المهنية المختلفة، فهو يسمح أساسًا بتبين التفاوتات في مستويات التردد على السينما بداخل نفس الفئة. في الواقع، يمكن أن نستخلص أنه فيما عدا المزارعين، يوجد في جميع الفئات الاجتماعية «مواظبون كبار» يذهبون أكثر من إحدى عشرة مرة في السنة إلى السينما، ومن الممكن افتراض أنهم قد طوّروا مهارات «سينيفيلية»[1]. وفي نفس اتجاه مقترحات ريتشارد هوجارت، يبدو من المقبول افتراض أن قاعة السينما تمثل مكانًا يخضع بدرجة أقل للقواعد المفروضة على الحضور في المسرح والأوبرا على سبيل المثال. لا شك في أن أشكال التواجد داخل قاعة السينما التي تعتمد على الظلام وعدم معرفة هوية الحضور تشجع أيضًا على إغفال تلك المعايير. ومثلما يلاحظ كلود جريجنون Claude Grignon وجان كلود باسيرون Jean-Claude Passeron في كتاب «العالِم والشعبي» (*Le savant et le populaire*): «إنّ نسيانَ الهيمنة وليس مقاومتها، هو ما يمنح الطبقات الشعبية مساحة لممارسة الأنشطة الثقافية ينعكس عليها أقلُّ قدر من الآثار الرمزية للهيمنة». (1989 ، ص 81). لا تفسر مصطلحات «المقاومة» أو «الهيمنة» ظواهر مثل ممارسة السينما وإتاحة قاعة العرض. يجب أيضًا فهم ما يشكل المعنى الاجتماعي للممارسات السينمائية التي تحدد ملامح النجاح المرتبطة بالفيلم، وذلك من خلال ملاحظة الأفلام الناجحة.

---

(1) تعود أصول مصطلح «سينيفيل» إلى ما كتبه ريتشوتو كانودو Ricciotto Canudo، الكاتب والناقد الإيطالي/الفرنسي، في بدايات سنوات 1920، لوصف نمط من مشاهدي السينما في فرنسا يجمعون بين غواية السينما والخبرة بثقافتها. وقد شاع استخدام المصطلح في المجلات السينمائية المتخصصة وفي إطار أنشطة نوادي السينما ومرتادي قاعاتها التي تقدم الأفلام الفنية والتجريبية. تنامت حركة عشق السينما «السينفيليا» بوصفها حركة فكرية وفنية، بعد الحرب العالمية الثانية بشكل ملحوظ، وقدّم «السينفيل» فهمًا للسينما باعتبارها فنًّا، وهو ما يتعارض مع المفهوم السائد لها كوسيلة ترفيه جماهيرية. وأصبحت الكلمة الفرنسية مصطلحًا شاع استخدامه في اللغات الأخرى. (المترجمة)

2.2 ما هو «النجاح» في شباك التذاكر؟

مصطلح شباك التذاكر *box-office*، وهو يعني في الأصل الخزينة الخاصة بقاعة السينما في الولايات المتحدة، سرعان ما تمأسس وشاع استخدامه على نطاق واسع في اقتصاديات السينما العالمية، وذلك عند الحديث عن مجموع الإيرادات التي يحققها الفيلم، والمصطلح لا يزال يشكل حتى اليوم المؤشر الإحصائي الرئيسي المستخدم من قبل المهنيين في السينما لقياس شعبية فيلم ما. وعادة ما تتم قراءته بشكل غير منضبط من جانب المعلقين. «نجاح غيرُ متوقَّع، ولكن مستحق لـ«بعثة كليوباترا» *Mission Cléopâtre* في شباك التذاكر القومي منذ أكثر من شهرا» «استقبال متوسط جدًا في شباك التذاكر لـ«الشاطئ» *The Beach* على الرغم من وجود بطل «تيتانيك» *Titanic* ذي الشعبية الكاسحة ليوناردو دي كابريو Leonardo Di Caprio ونجوم صاعدة من السينما الفرنسية الشابة، فيرجيني ليدوين Virginie Ledoyen وجيوم كانيه Guillaume Canet!» وراء التعليق الأخير الذي يضع في الميزان النجوم ليوناردو دي كابريو، جيوم كانيه، وفيرجيني ليدوين، نجد علاقة تم عقدها بشكل مباشر بين شباك التذاكر والنجوم التي تظهر في «تيتر» الفيلم، وهي سمة من سمات التنظيم الاجتماعي للنموذج الهوليوودي. في الأصل، هذا النموذج -نظام النجوم- يعتمد على الطريقة التي يتم بها المراهنة على نجاح الفيلم، ليس اعتمادًا على وجود نجم أو عدة نجوم في الفيلم، ولكن على قدرة هذا الفيلم على حشد أكبر عدد من النجوم المتعاقدين مع نفس الشركة، من أجل مضاعفة التأثير الجاذب للعمل. يكرس النجاح الذي يتحقق في شباك التذاكر -من خلال قياس شعبية الفيلم وشعبية الممثل بالاعتماد على نفس المنطق- لنوع من التمايز الاجتماعي المتعلق بجوهر الوجود بين الممثلين المشهورين، والذي يعود إلى أصول المؤسسة الهوليودية. يشكل النجوم في هوليوود عالمًا مغلقًا نسبيًا يتجدد ببطء من خلال موجات الحماس وكذلك حركة انسحاب الأضواء عن الممثلين، والتي يعبّر عنها جيدًا السقوط الدراماتيكي في غياهب النسيان لنورما ديزموند Norma Desmond، نجمة الأفلام الصامتة التي جسدتها غلوريا سوانسون Gloria Swanson في تحفة بيلي وايلدر Billy Wilder، «صنسيت بولفار» *Sunset Boulevard*. ندرك اليوم أن نظام النجوم لم يعد يعمل حقًّا وأن «الملصق الضخم» لم يعد كافيًا لجلب الجمهور إلى القاعات. يشكل النجوم قيمة مضمونة، وعندما يوافقون على تصوير فيلم، بناءً على قراءة

السيناريو، فهم يساعدون بالأساس في جمع الأموال اللازمة للتصوير في المراحل الأولى، وعلى الدعايات التي تصاحب ظهور الفيلم على الشاشات.

إذا كان تآكل نظام النجوم يشكل ظاهرة فعلية، إلا أن هيمنة هوليوود لم تكن أبدًا محل تساؤل. يكفي لكي نقتنع بذلك أن نقرأ الجدول رقم 2 وأن نتبين الحجم الذي تحتله الأفلام الواردة من الولايات المتحدة في شباك تذاكر السوق الفرنسية تاريخيًّا، بين عامي 1945 و2015. ولشرح أسباب استمرار الأفلام الأمريكية في احتلال المركز الأول دوليًا يتم عادة تقديم ثلاث حجج:

1) قوة الشركات الكبرى -«الكبار»- في الإنتاج والتوزيع واستغلال الأفلام- تلك الشركات التي تتشكل من أهم خمس استوديوهات هوليوودية قائمة منذ المرحلة الكلاسيكية (إم جي إم MGM، باراماونت Paramount، وورنر بروس Warner Bros، تونتيث سنشري فوكس 20th Century Fox، و RKO)؛

2) هيمنة اللغة الإنجليزية، أكثر اللغات تداولًا على مستوى العالم؛

3) القوة المالية الضاربة للشركات الأمريكية.

جدول 2 - الأربعون فيلمًا الأكثر نجاحًا في شباك التذاكر في السوق الفرنسية بين عامي 1945 و 2015

الترتيب	العنوان	المخرج	السنة	عدد مرات الدخول إلى السينما	الدولة
1	تيتانيك Titanic	جيمس كاميرون James Cameron	1997	21،774،181	الولايات المتحدة
2	مرحبا بكم في أرض الشتيين Bienvenue chez les Ch'tis	داني بون Dany Boon	2008	20489303	فرنسا

3	المنبوذون Intouchables	إي. توليدانو / أ. نقاش E. Toledano / O. Nakache	2011	19440920	فرنسا
4	سنو وايت والأقزام السبعة Blanche-Neigeet les Sept Nains	ديفيد هاند David Hand	1938	18319651	الولايات المتحدة
5	النزهة الكبري Grande Vadrouille	جيرار أوري Gérard Oury	1966	17267607	فرنسا - بريطانيا
6	ذهب مع الريح Gone with the wind	فيكتور فليمنج Victor Fleming	1950	16719236	الولايات المتحدة
7	ذات مرة في الغرب Once Upon a Time in the West	سيرجيو ليون Sergio Leone	1969	14.862.764	إيطاليا/ الولايات المتحدة
8	أفاتار Avatar	جيمس كاميرون James Cameron	2009	14،775،990	الولايات المتحدة
9	كتاب الأدغال Jungle book	وولفجانج ريثرمان Wolfgang Reitherman	1968	14.695.741	الولايات المتحدة

10	100 مرقش ومرقش One Hundred and One Dalmatians	كلايد جيرونيمي Clyde Geronimi	1961	14.660.594	الولايات المتحدة
11	أستريكس وأوبيليكس: مهمة كليوباترا Astérix et : Obélix Mission Cléopâtre	آلان شبات Alain Chabat	2002	14559509	فرنسا
12	الوصايا العشر The Ten Commandments	سيسيل بي ديميل Cecil B. DeMille	1956	14229745	الولايات المتحدة
13	بن هور Ben-Hur	ويليام ويلر William Wyler	1960	13826124	الولايات المتحدة
14	الزائرون Les Visiteurs	جان ماري بواريه Jean-Marie Poiré	1993	13782991	فرنسا
15	جسر على نهر كواي The Bridge on the River Kwai	ديفيد لين David Lean	1957	13481750	الولايات المتحدة/ بريطانيا
16	سندريلا Cinderella	هاميلتون لوسك Hamilton Luske	1950	13226772	الولايات المتحدة
17	العالم الصغير لدون كاميلو Le Petit Monde de don Camillo	جوليان دوفيفير Julien Duvivier	1952	12791168	فرنسا/ إيطاليا

الولايات المتحدة	12481726	1971	وولفجانج ريثرمان Wolfgang Reitherman	قطط ذوات The AristoCats	18
فرنسا	12361430	2014	فيليب دو شوفيرون Philippe de Chauveron	ما الذي قدمناه للرب؟ Qu'est-ce qu'on a fait au Bon Dieu?	19
الولايات المتحدة	20 11933629	1962	كين اناكين Ken Annakin	أطول يوم The Longest Day	20
فرنسا	21 11739783	1965	جيرار أوري Gérard Oury	Le Corniaud الغبي	21
الولايات المتحدة	11175716	1955	كلايد جيرونيمي Clyde Geronimi	النبيلة والشارد Lady and the Tramp	22
الولايات المتحدة	10716947	1994	روجر الرز Roger Allers	الأسد الملك The Lion King	23
الولايات المتحدة	10679571	1948	ديفيد هاند David Hand	بامبي Bambi	24
الولايات المتحدة	10،505،479	2015	جي جيه أبرامز J. J. Abrams	حرب النجوم: الحلقة السابعة تستيقظ القوة Star Wars: Episode VII - The Force Awakens	25

فرنسا	10355930	2006	باتريس لوكونت Patrice Leconte	ذوو البشرة البرونزية 3 : أصدقاء مدي الحياة Les Bronzés : 3 Amis pour la vie	26
فرنسا	10345901	2000	جيرارد كراوزيك Gérard Krawczyk	تاكسي 2 Taxi 2	27
فرنسا	10251465	1985	كولين سيريو Coline Serreau	ثلاثة رجال ومهد Trois hommes et un couffin	28
بريطانيا / الولايات المتحدة	1072729	1961	جي لي طومسون J. Lee Thompson	مدافع نافارون The Guns of Navarone	29
فرنسا	9940533	1957	جون بول تشانوا Jean-Paul Le Chanois	30 البؤساء Les Misérables	30
فرنسا	9936391	1962	إيف روبرت Yves Robert	حرب الأزرار La Guerre des boutons	31
الولايات المتحدة	9816 054	1966	ديفيد لين David Lean	دكتور زيفاجو Docteur Jivago	32

33	عشرون ألف فرسخ تحت البحر 20,000 leagues Under the Sea	ريتشارد فلايشر Richard Fleischer	1955	9619259	الولايات المتحدة
34	Finding Nemo البحث عن نيمو	أندرو ستانتون Andrew Stanton		9528 033	الولايات المتحدة
35	أعظم عرض على الأرض The Greatest Show on Earth	سيسل ب دو ميل Cecil B. DeMille	1952	9488114	الولايات المتحدة
36	هاري بوتر وحجر الفيلسوف Harry Potter and the Philosopher's Stone	كريس كولومبوس Chris Columbus	2001	9،470،090	الولايات المتحدة/ بريطانيا
37	إي-تي E.T. the Extra-Terrestrial	ستيفن سبيلبرج Steven Spielberg	1982	9415886	الولايات المتحدة
38	عشاء الحمقى Le Dîner de cons	فرانسيس فيبر Francis Veber	1998	9247001	فرنسا
39	Le Grand Bleu الأزرق الكبير	Luc Besson لوك بوسون	1988	9194343	فرنسا

40	هاري بوتر وغرفة الأسرار Harry Potter and the Chamber of Secrets	كريس كولومبوس Chris Columbus	2002	9،144،701	الولايات المتحدة

هذه الحجج التقليدية والهيكلية للغاية، تستبعد المجال الحقيقي الذي تتلقي فيه الجماهير أفلام السينما، وبالتالي فهي لا يمكن أن تكون مقنعة من المنظور الاجتماعي. وكما يؤكد رينيه بونيل René Bonnell، المتخصص في الاقتصاد الاجتماعي للسينما:

> «تسيطر هوليود على السينما العالمية بسبب سوقها المحلي الذي يعد اختبارًا أوليًا للفيلم. فأمريكا هي بوتقة انصهار، عالم مصغر. عندما يتم التسويق للفيلم، وعندما ندرس السوق، وعندما ننظم عروضًا أولى للأفلام بهدف موائمة المونتاج مع ذائقة الجمهور، ينتهي بنا المطاف إلى إنتاج فيلم لتشاينا تاون Chinatown، وليتل إيطالي Little Italy، والمجتمعات الناطقة بالإسبانية في كاليفورنيا أو فلوريدا، إلخ. بذلك نكون قد صنعنا منتجًا لعالم مصغر يمكن أن يكون صالحًا للكوكب بأكمله. إن بوتقة الانصهار الأمريكية تسمح للاستوديوهات بإنتاج أفلام تم قياس نجاحها على «أصغر قاسم مشترك للتطلعات»، كي تناسب أكبر عدد. بعد ذلك يصبح النجاح كوكبيًا». (Bonnell : 2002, p. 43).

لا شك في أنه بإمكاننا إستكمال شرح رينيه بونيل من خلال التأكيد على أن السينما الأمريكية، أكثر من أي سينما أخرى في العالم، قد عرفت كيف تستوعب منذ بداية تاريخها المرجعيات الثقافية التي أتى بها صنّاع الأفلام المهاجرون إلى هوليوود، وذلك في أفضل أفلامها كما في أسوأها. سبب آخر استند عليه رينيه بونيل في شرح هيمنة الأفلام على شباك التذاكر العالمي، هو النجاح التراكمي. فلقد امتدت مهارة الأمريكيين في الإنتاج السينمائي إلى إنتاجهم التلفزيوني أيضًا، وبالتالي سمحت لهم باحتلال جداول البرامج التلفزيونية في جميع أنحاء العالم عن طريق خلق اعتياد حقيقي لمحتوى

الأعمال الأنجلو سكسونية. مما أدى إلى إنتاج حساسية للثقافة الأمريكية التي باتت تُستخدم كثقافة مرجعية، لدرجة أنه لا يوجد على سبيل المثال قاضٍ فرنسي واحد غير مضطر في ممارسته لعمله يوميًا إلى التذكير دائمًا أن إجراءات التقاضي الأمريكية المتناقضة ليست هي السارية في محاكم فرنسا.

بالإضافة إلى تحديد مكانة أفلام هوليوود، تخبرنا قراءة الجدول رقم 2 كذلك عمّا تحتويه كافة هذه الأفلام من عناصر مشتركة، حيث تستند معظم قصصها على أساس تاريخي تم دمجه مع الخيال، مما يسمح بوضع ديكورات يستطيع أي مشاهد على مستوى العالم التعرف عليها، وهو الأمر الذي يؤدي إلى انغماس المتفرج بشكل سريع في قلب العالم المتخيل الذي تقدمه تلك الأعمال وتمثله. بهذا المعنى، فإن خصوصية الانغماس في الخيال السينمائي تتداخل مع «وهم اجتماعي ذو طبيعة إدراكية»، يتيح التواصل الفوري مع الأفعال والمواقف والأحداث. إلى جانب ذلك، فإن هذا «الوهم» يؤدي في الغالب بالمتفرجين إلى استخدام كلمات لها طابع تشاركي من نوعية: «لقد واجهت صعوبة في الدخول إلى عالم الفيلم»، أو على العكس: «لقد دخلت مباشرة في الفيلم». النقطة التي يتفق عليها كل مشاهدي السينما هي أن اهتمامهم بالخيال السينمائي يعود بالأساس إلى قدرتهم على الدخول إلى العوالم التي يبنيها هذا الخيال، وبالتالي، التي يُشيّد بها الخيال هذه العوالم. عندما يستقر المشاهد في قاعة السينما لرؤية فيلم ما، هو يُقِرُّ منذ البداية بأن العرض الذي سيشاهده قد تم إنتاجه عن قصد من أجل خاطر جمهور، قد يكون هو جزءًا منه. يفهم ذلك أولًا من خلال جسده، أول وعاء تعبيري وأول شاهد على أن العمل السينمائي الذي يراه قد تمكن من إثارة الانفعالات لديه. بهذا المعنى فإن الكثير من المتعة التي يمنحها الذهاب إلى السينما، بغض النظر عن متعة الفيلم ذاته، تأتي من تضاعف قدرة «المشاهدة الجماعية» على إثارة الانفعلات الوجدانية، بسبب طبيعة العرض الجماهيري. وهو ما نستطيع قياس آثاره من خلال حالة الضحك التي تقودنا إليها بعض الأفلام، أو الرغبة في البكاء أو الشعور بالخوف التي نتشارك فيها مع الآخرين.

ولنلاحظ أخيرًا أنه إذا كانت الأفلام الأمريكية التي تحتل المركز الأول في شباك التذاكر في فرنسا هي أساسًا ذات طابع مشهدي ولها سمات تاريخية، أو هي أفلام رسوم متحركة (والتي يعرف المشاهدون من كبار السن أنها عُرضت مرات عدة في قاعات السينما، وشاهدتها أجيال متعددة

من المتفرجين الشباب)، فإن الأفلام الفرنسية التي تحتل قمة الترتيب كلها أفلام كوميدية. «الكوميديا» بالنسبة لجمهور أي بلد هي نوع سينمائي يبني نجاحه بالأساس من الانتقال الفعّال للحديث عن الفيلم، وهو ما يستطيع المتخصصون في عالم الاتصالات اليوم إعداده بشكل جيد، وكذلك يستطيعون أن يبنوا سريعًا قاعدةً من «الاستحسان» الجماهيري لفيلم معين. الطريقة التي استحوذ بها فيلم «مرحبًا بك عند الشتي» *Bienvenue chez les Ch'tis* على إعجاب الجمهور توضح تمامًا هذا الآلية. اعتمد الفيلم على موجة أولى من العروض اقتصرت على 64 دار عرض سينمائي في شمال فرنسا وفي منطقة «السوم» Somme، بهدف التركيز على جمهور إقليمي معنى بالفيلم، وذلك قبل أن يُعرض في مرحلة ثانية على نطاق أوسع، بعد تحقيقه لسمعة جيدة مكّنته من الاستحواذ على جمهور البلد بأكمله. في واقع الأمر، فبسبب كون الكوميديا نوعًا مطبوعًا بروح الدعابة السائدة في ثقافة ما، فنادرًا ما تَعبُر الأفلام الكوميدية الحدود التي تفرضها لغة الفيلم، وذلك على عكس أفلام الشباك التي قليلًا ما تنتمي لنوعٍ هدفه الأول هو الإضحاك، إذ تستند تلك الأفلام على إثارة مجموعة واسعة من المشاعر المختلطة يحتل الخوف المرتبة الأولى بينها.

2.3 السينما كمشاركة جماعية لمشاعر جيلية

«إنَّ إظهار شخصية غير عادية تقوم بأشياء غير طبيعية لا يثير الخوف -يقول المخرج جورج فرانجو Georges Franju- عليك أن تُظهر شخصيةً عادية تفعل أشياء غير طبيعية أو شخصية غير عادية تقوم بأشياء عادية». منذ بداية السينما، تم الربط بين هذا الفن وبين الشعور بالخوف الذي تتشارك فيه الجموع، وذلك استنادًا على قدرته على أن يجعلنا «نرى». وكما يؤكد الفيلسوف كليمان روسيه Clément Rosset، «يأتي الخوف في المقام الأول عندما يكون الواقع الذي نشاهده قريب جدًّا: في تلك المساحة الفاصلة بين الأمان الذي يمنحه التباعد وأمان التجربة الفورية [...]. إنَّ أي كائن مرعب هو كائن غامض، نشك في كونه هذا أو ذاك، هو نفسه أم شيء آخر؛ وكذلك في كونه هنا أم هناك، حاضرًا أم غائبًا: هذا هو الحال بالنسبة لأي شيء قريب منّا». (2001 ، ص 74) ومع ذلك فإن الشاشة التي يُعرض الفيلم عليها، سواء غرقنا في ظلام القاعة أم لا، تواجهنا أثناء العرض بواقع غامض قريب منا، لا يعود فيه بالإمكان الابتعاد عما يخيفنا: صوت

كسر غصن شجرة، انعكاس خفي في مرآة قذرة، مومياء تنهض، حيوان ضخم. تتيح قاعة السينما أن نعيش هذه التجارب ونحن نعلم تمامًا أننا لا نعيشها بالفعل. فأجسامنا ليست معرضة للخطر. مما لا شك فيه أن الخوف في السينما يسمح أكثر من أي انفعال آخر بالشعور بما يعنيه أن تكون «متفرِّجًا»، ولكن أيضًا بمتعة أن لا تكون «سوى متفرجٍ»، متعة مطمئنة حيث يمكن للمرء أن يستسلم لرؤية شكل مخاوفه عن قرب. يقول مشاهد خارج لتوه من مشاهدة فيلم «الفك المفترس» *Jaws*: «كنت كأني في غواصة صغيرة شفافة في أعماق المحيط، مقتنعًا بأني لا أخاطر بأي شيء على الإطلاق، طالما نتنفس والهواء لطيف وزجاج الجدار سميك. أنا الأقوى، لذلك أترك نفسي أغوص إلى الأعماق أكثر فأكثر مثل كل من معي في القاعة. قفص أسماك القرش الذي يحمينا لا تشوبه شائبة، حتى لو كنا في بعض الأحيان نستخدم ستراتنا لتغطية أعيننا». تُعبّر مفارقة الخوف السينمائي عن نفسها بهذا الشكل: من المطمئن أن نخاف معًا. ويساهم البعد الافتراضي للفيلم -الذي هو جزء من الاستراتيجيات الاجتماعية والأنثروبولوجية لتلقيه، والذي يتوافق أيضًا مع استراتيجيات صناعته ومع بعده الجمالي- في تعزيز مشاعر التعاطف والتطهير والخلاص لدى الجمهور. فـ«الجمال النائم» *Sleeping Beauty* و«هاري بوتر» *Potter Harry* وقصص طفولتنا الأخرى تجعلنا نشاهد على الشاشة ظلال لكبار الأشرار بهدف إثارة مخاوفنا في السينما. أحيانًا ما نقابل مجموعات من المراهقين التي تذهب إلى السينما مع الأصدقاء لمشاهدة أفلام كانت كثيرًا ما تخيفهم قبل بضع سنوات. لكنها ليست الرغبة في العودة إلى الطفولة تلك التي تدفعنا إلى ذلك، فلقد خرجنا للتو من الطفولة، ونسعى إلى الانتساب إلى عالم البالغين. لا، نحن نعود إلى الأفلام لنشعر بسرور عند مشاهدتنا للأصغر منَّا سنًّا يتملكهم الخوف، ولكي نؤكد لأنفسنا ولأصدقاء جيلنا الذين يرافقوننا أنه يمكنهم أن يطمئنوا (وأنه بإمكانهم طمأنتنا كذلك): لقد خرجنا من مرحلة الطفولة ولم تعد هذه الحيل الساذجة تؤثر فينا.

إذا كان التلفاز يتيح اليوم -وبشكلٍ أساسي- خوض تجربة التشارك الانفعالي في المنزل مقارنة بالسينما، بالإضافة إلى كونه ناقلًا ثقافيًا للتراث السينمائي من جيل إلى آخر، فإن قاعة السينما تستقبل بالأساس المتفرجين الذين يبحثون عن علاقات اجتماعية جماعية لها طابع جيلي. وكما أظهرت دراسة حديثة عن الشباب والعروض السينمائية، فإن ثلاثة أرباع الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 19 عامًا، ونسبة أكثر من واحد من بين

كل اثنين من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 20 و 24 عامًا يذهبون إلى قاعات السينما في مجموعات، بينما يذهب 42٪ من المتفرجين إلى السينما في ثنائيات. (Danard : 2000, p. 51) ما يبحث عنه هؤلاء الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين 15 و 24 عامًا هو أولًا وقبل كل شيء، عوالم خيالية يتشاركون فيها وتسمح لهم ببناء مرجعيات مشتركة، أفلام تستدعي انفعالاتهم المباشرة التي يتعلمون معًا ترويضها. لهذا السبب، فعندما نضع جنبًا إلى جنب الأفلام والملامح الاجتماعية-الديموجرافية لمشاهديها، يتبين لنا أن التقارب العمري هو ما يميز بالأساس جمهور كل فيلم على حدة. وبهذا المعنى، نفهم أن الأفلام التي حققت نجاحات جماهيرية هي تلك التي نجحت أولًا في الجمع بين الفئات الاجتماعية المختلفة، وعلى عكس كل التوقعات، استطاعت جمع أكبر عدد ممكن من المتفرجين الذين ينتمون أساسًا إلى نفس الجيل. هذا هو السبب الذي يجعلنا في كثير من الأحيان نرى في السينما مصنعًا للذكريات، بالتحديد مصنعًا يمكننا الحديث عنه مع من ينتمون لنفس جيلنا. جيل «الأزرق الكبير» *Grand Bleu*، جيل «ذوو البشرة البرونزية» *Bronzés*، جيل «حرب النجوم» *Star Wars* الثلاثية الأولى، جيل «حرب النجوم» الثلاثية الثانية، جيل «ماتريكس» *Matrix*، جيل «توايليت» *Twilight*، جيل «تيتانيك» *Titanic*. سؤال من أحد الفضوليين: «هل شاهدته على شاشة التلفزيون أم في السينما؟». يسمح لنا السؤال خُلْسةً بمعرفة ما إذا كان من المحتمل أو من غير المحتمل أن يتشارك معنا أحدهم في مرجعيات أخرى، والمرجعيات هنا مرادفة للمشاعر المشتركة. نراهن على أن تلك المشاعر قد عاشها هذا الآخر في قاعة سينما، قاعة سينما لا ينبغي أن نغفل أهميتها. علاوة على ذلك، عندما نسأل الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و24 عامًا، فإن ثلثيهم يعلنون أنه إذا كان الفيلم الذي سيشاهدونه مهمًّا، فإن قاعة السينما التي يذهبون إليها مُهمّة بالنسبة إليهم بنفس القدر... (Danard : 2000, p. 51) لهذا السبب، فقبل أن نفهم كيف «تتحدث» السينما إلى جماهيرها، نقترح التوقف على مدار الفصل القادم، عند دور السينما والمكان الذي تشغله في المدينة، وبالتالي عند ممارساتنا السينمائية.

الفصل 2
السينما في المدينة

تميّزت السبعينيات بتحولات حضرية عميقة في فرنسا. بدأت في تلك المرحلة ضواحي المدن الكبيرة والمتوسطة في التطور بشكل منهجي وعلى نطاق واسع. ومع وصول سكان جدد، ظهرت طرائق جديدة في النظر إلى المدينة من قبل المخططين والمطورين الحضريين، بما في ذلك مطوري الصناعات الثقافية. هذا هو ما صرح به في ذلك الوقت «جو» و«سامي سيريتزكي» Jo و Samy Siritzky ، المسؤولين عن دائرة التوزيع السينمائي «بارافرانس» Parafrance:

> «يتم باستمرار إنشاء أماكن سكنية جديدة مزدحمة، وتوجد أهمية خاصة لإنشاء قاعات للسينما تتماشى مع التطور الاجتماعي [...] برنامجنا يقوم على إنشاء قاعات في المراكز السكنية الكبيرة التي يتم تشييدها. تشهد السينما نفس تطور حركة محلات الخردوات، التي أفسحت المجال لظهور المحلات الكبيرة ذات الأقسام المتعددة، أو التي اختفت تمامًا. نتطلع بالطبع إلى إقامة أهم القاعات بباريس. لكن تظهر المشكلة المتعلقة بحجم تلك القاعات. فالسينما أيضًا هي مشروعات تصبح مستدامة فقط عندما يتم تجميع وحداتها ورؤوس أموالها، مثلها مثل صناعات التعدين والكيمياء والنقل».

يبدو وكأنها هاوية حقيقية تلك التي تفصل كلمات الأخوين سيريتزكي وكلمات المخرج الإيراني عباس كياروستامي حين يقول:

> «عندما نجلس في قاعة السينما، نحن نُترك لأنفسنا. فقاعة السينما ربما تكون المكان الوحيد الذي نكون فيه مرتبطين بالآخر بنفس قدر انفصالنا عنه. إنها معجزة السينما».

ربما لا تكون الرهانات التي تمثلها قاعة السينما واحدة بالنسبة للجميع. ومع ذلك إذا كان الأخوان سيريتزكي ينظران إلى القاعة من منظور وظيفي بامتياز مرتبط بالبث والانتشار، وإذا كان كياروستامي يحاول تمثيل قاعة العرض كمكان لـ«المعجزة السينمائية»، فإن كلًّا يصفها بطريقته الخاصة «كفضاء للممكنات»، حيث يلتقي المنطق الثقافي والاقتصادي والحضري والاجتماعي. إنها مكان عام تتقاطع فيه الحجج مما يجعلها حيزًا فريدًا،

وهو ما يشكل واحدة من مفارقات السينما: إذا كانت السينما ترى نفسها فنًّا ذا توجه عالمي من حيث قدرتها على الانتشار، فإن هذا الانتشار يظل بلا شك مرتبطًا بـ«حيز» محدد، يعتبره المتفرجون -الذين يذهبون لمشاهدة فيلم في «قاعتهم»- حيزهم الخاص. هذا هو أحد الأسباب التي جعلت كلمة «سينما» تتخذ بسرعة العديد من المعاني المجازية، فهي تشير إلى الإنتاج السينمائي وإلى القاعة التي يتم فيها عرض الأفلام، تمامًا مثل كلمة «المسرح»، فهي تنطبق على المبنى بقدر ما تنطبق على النشاط الممارس فيه.

لا يمكن فصل التاريخ الاجتماعي للسينما ولجماهيرها عن تاريخ إنشاء قاعاتها وتحولاتها وانتقالاتها أو اختفائها. مع التطورات الحضرية، تمكنت السينما من إيجاد مكان لنفسها في المدينة إلى جانب المباني الأخرى ذات الطبيعة المعمارية الدالة مؤسسيًا، مثل مبنى البلدية أو مجلس المدينة وقاعات المسرح -والتي تحوّلت في بعض الأحيان إلى قاعات للسينما- والمدارس، والمكتبات، والملاعب، والقاعات متعددة الأغراض، أو مراكز التسوق في ضواحي المدن اليوم. من خلال تعريف «مكان العرض السينمائي» ومحاولة فهم كيف يخترع نفسه في المدينة، نلقي الضوء في آن واحد على الأسئلة المتعلقة بالتوزيع وعلى الأشكال المختلفة لاستهلاك الأفلام، ولكن أيضًا على تطور ووجود وتحول الجماهير.

1. اختراع «مكان العرض» السينمائي

1.1 تحقيق جلاسكو : ذكريات العصر الذهبي لقصور السينما الكبرى

أجرت جامعة جلاسكو Glasgow في بريطانيا العظمى بحثًا اجتماعيًا تاريخيًا هو الأكثر عمقًا حتى يومنا هذا، حول موقع السينما في أوقات الفراغ لدى الأفراد. كان عنوانه هو «ثقافة السينما في بريطانيا في الثلاثينيات». اهتم البحث بشكل خاص بالطريقة التي يقضي بها الأفراد أوقات فراغهم خلال النصف الأول من القرن العشرين. وقد اعتمد بشكل أساسي على مقابلات مع عينة من الأشخاص وعلى وثائق قديمة تعود للمرحلة التي شهدت ذكرياتهم، واسترجع البحث طريقة تعاطيهم مع السينما أثناء فترة شبابهم. قال غالبية من تم سؤالهم أنه كان لديهم قاعة سينما مفضلة، وكما يقول عالم الاجتماع بيير سورلين Pierre Sorlin «كانوا لا يزالون

قادرين على وصفها بالتفصيل حتى بعد مرور ستين عامًا. الكلمات التي استخدموها في أغلب الأحيان لهذا الغرض هي: «الراحة، والمساحات الواسعة، والرفاهية، والحداثة». ويحكي أحد الشهود من سكان سودبوري (سوفولك) Sudbury (Suffolk): «واحدة من ذكرياتي عن سينما «أستوريا» Astoria كانت «النوجة»، الفرنسية التي كانت تباع هناك. لم يحدث أبدًا أن أكلت في أي مكان مثل هذه الحلويات. كانت رائعة». لكن في مقابل هذه الذكرى الحلم، يقول: «أما إذا غادرنا أستوريا، سنجد سينما مانييه Magnet التي كانت مأوى للبراغيث وكانت تحتل الطابق السفلي من مبنى بالمنطقة».

(Sorlin: 2001, p. 29)

تؤكد البيانات التي تم جمعها في استبيان جلاسكو على شعور عشّاق السينما، عندما كانوا يدخلون سينماهم المفضلة، بأنهم يدخلون مكانًا يتسم بالفخامة والجلال. هذه الملاحظة لا تختص بها فقط دور السينما في بريطانيا. أينما كان يتنامي الاستثمار في السينما، كان الاختيار يقع على إنشاء مباني تتميز بالفخامة تستمد طابعها المعماري من المسارح ذات طراز النيوكلاسيك الذي يتميز بالبناء الضخم، تزينه قطع الزجاج والإضاءات الساطعة في أبهة وألق، بهدف إبهار المشاهد منذ اللحظة التي يدخل فيها إلى القاعة. نجد نفس هذا الاستعراض للفخامة والبذخ كل عام عند صعود سلالم مهرجان كان السينمائي، وكذلك نجده في الكازينوهات حيث تساهم رمزية الفخامة في منح الأفراد وهمًا بالقدرة على الانسلاخ من عادية الحياة اليومية، طوال المدة التي يستغرقها عرض سينمائي أو دور في لعبة قمار. ستؤدي هذه الفخامة -التي أصبحت متاحة- وظيفتها في جذب جمهور شعبي كانت الأبّهة جديدة بالنسبة إليه. فكان المتفرجون يسعدهم الاعتقاد بأنهم سيتلقون معاملة مثل تلك التي يتلقاها الجمهور الأكثر ثراء، الذي يرتاد المسرح أو الأوبرا. ومع ذلك، تجدر الإشارة إلى أن اختراع أماكن العرض السينمائي الجديدة، واستقبال جانب كبير من جماهيرها غير المعتادين على العروض في مثل تلك القاعات لم يكن بهذه البساطة. إذ تحتفظ تلك الجماهير بنفس السلوكيات والعادات التي كانت تمارسها عندما كانت تشاهد السينما للتسلية في الملاهي. فهم يتكلمون بصوت عالي أثناء العروض، ويعلقون على ما يرونه، ويتنقلون من مقعد إلى آخر، وغالبًا ما

يظلون واقفين، ويصفقون بسبب وبدون سبب، ويدخلون ويغادرون القاعة في أي وقت. علاوة على ذلك فإن تلك السلوكيات كانت تتضاعف بسبب الحماس الشديد للدخول إلى أماكن تبدو فيها روعة الديكور وكأنها دعوة حقيقية إلى الشعور بالنشوة. وهو ما يعد أمرًا طبيعيًا، لأن تحول العرض السينمائي من الشكل الكرنفالي إلى الشكل المسرحي الجديد لم يمر بأي مرحلة انتقالية من أي نوع.

هذا هو ما حدث كذلك مع شكل الأفلام المعروضة والتي تحولت بدون تمهيد، حيث أصبحت تعتمد أكثر فأكثر على السرد وعلى اقتباس أعمال أدبية ومسرحية مرموقة، بالإضافة إلى الملاحم التاريخية الكبيرة. ولضمان نجاح هذه الأفلام الجديدة التي سميت في هذه الفترة بـ«الأفلام الفنية»، شرع مديرو تلك القاعات بتطبيق ما نسميه اليوم بـ«السياسة التربوية» تجاه جماهيرهم. كانت الفكرة بسيطة للغاية: لكي يتمكن الجميع من الاستمتاع بالمشاهدة وبفخامة قاعة السينما، لا تكفي الدعايات لفكرة أن الجمهور يتمتع بكافة الحقوق، بل من الضروري أيضًا فرض عدد من الواجبات. على سبيل المثال، كانت دور سينما «جومون» Gaumont تطبع على برنامجها الوصايا العشر لـ«المتفرج الجيد» وتعرضها على الشاشة كمفتتح:

«سوف تبحث عن سعادتك كل أسبوع في السينما.

ستجد كراسي جيدة، ستحافظ عليها من أجلك أنت وزوجتك وأطفالك.

ستصل في الموعد لمشاهدة الأفلام كاملة.

وفي غرفة الثياب، ستضع ما قد يزحم المكان.

لا تسحق أقدام جيرانك في الصف تحت قدميك.

ستقرأ كل العناوين بصوت منخفض لأن الصوت العالي سيكون مزعجًا لمن حولك[1].

(1) يجب تذكر أن أفلام ما قبل ثلاثينيات القرن الماضي كانت صامتة وكان يصاحب عرضها في أغلب الأحوال أوركسترا تعزف عزفًا حيًا .

كما هو الحال في المسرح سوف تصفق في النهاية لتظهر الرضا.
سعادتك لن تجدها إلا في دار سينما جيدة. أنت تعرفها.
إنها دار «جومون». ستكون مخلصًا لها، فهي ستعطيك مقابل قيمة تذكرتك».

يمكننا القول إن هذه السياسة ستسمح فيما بعد للجمهور من الطبقات الاجتماعية الشعبية والمتوسطة باكتساب الحد الأدنى من النظام الاجتماعي اللازم لحضور عرض سينمائي في ظروف جيدة. ومن الواضح أن اجتماعيات قاعة السينما قد سارعت من وتيرة القدرة على السيطرة على الجسد لدى المتفرجين، فهم حين يتعلمون آداب الجلوس في قاعة السينما، يتعلمون أيضًا معنى التشارك في مشاهدة العرض الذي يتم تقديمه. وبهذا المعنى يمكننا القول أن السينما قد ساهمت أكثر من أي شكل فني آخر في دمقرطة الجماهير بشكل غير مسبوق، حتى لو كان نادرًا ما يعترف بذلك مؤرخو السياسات الثقافية. ومع ذلك ففي سبتمبر 1908، ومع اتساع حركة تعليم الجمهور التي قادها مديرو دور السينما الكبيرة، صدر عن بلدية باريس منشور مُلزِم يهدف إلى حظر بيع التذاكر في الطريق العام، وإلى مضاعفة لوائح السلامة فيما يتعلق بالحرائق، ولكنه يهتم، بشكل خاص بالجمهور من خلال تحديد الآتي: «منع التسبب في الإزعاج المنهج أثناء العرض التمثيلي أو الإتيان بأي فعل من شأنه إعاقة المشاهدين عن رؤية أو سماع العرض بأي شكل من الأشكال [...]. وأي شخص تحول قبعته دون رؤية المتفرجين الجالسين خلفه للشاشة سيُطلب منه الامتثال لأي عملية مصادرة» .

.(Bosséno: 1996, p. 32)

ثلاثة عوامل رئيسية تضافرت لتشكيل العصر الذهبي لقاعات السينما بين 1920 و 1960: ترويض الجمهور وضبطه، وانتشار الأفلام التي ازدادت طولًا وأصبحت قصصها أكثر دسامة، وبناء دور سينما تتميز بالأبهة هدفها هو إمتاع المشاهد. يقول مؤرخ الفن إيلي فور Élie Faure في عام 1953، متأملًا تلك الحقبة التي اتسمت ببناء «قصور السينما»: «تبدي السينما كل الخصائص الاجتماعية المميزة للعمارة المسيحية التي كانت تسعى إلى حشد الجماهير في العصور الوسطى». (Faure: 1953, p. 70) نفس تلك القصور

السينمائية هي التي تشير إليها ذكريات المتفرجين في تحقيق جلاسكو. وقد حاز مفهوم «قصر السينما» شهرةً عالمية حيث كان لدى كل مدينة كبيرة في أوروبا والولايات المتحدة واحدة أو حتى العديد من دور السينما الفاخرة تلك. كان «التواجد في السينما» له نفس قيمة «الذهاب إلى السينما» لمشاهدة فيلم بعينه. ومثلما كانت كاتدرائيات العمارة القوطية تسمح لأعين المارين في الخارج بتخمين ثراء الزينة في الداخل، فإن واجهات قصور السينما كانت تُشيّد كفترينات مبهرة، تشكل ديكورًا قادرًا على إلهاب الخيال والتهيئة للأفلام التي يتم الإعلان عن عرضها. «ليسكيوريال» L'Escurial، «أولمبيا» L'Olympia، «ريالتو» Le Rialto، «لو ماجستيك» Le Majestic، «لو جراند ريكس» Le Grand Rex، «ألهمبرا» L'Alhambra. حتى أسماء تلك المنشآت كانت تُحيل بشكل مباشر ودالٍ إلى القصور العظيمة في ذلك العصر، وإلى الفخامة التي تستدعيها وإلى التوقعات التي من المحتمل أن نربطها بها.

لذلك، ليس من المستغرب اكتشاف أن ما يقرب من ثلث الذين شملهم استطلاع جلاسكو يقرِنون بذهابهم إلى السينما المفضلة لديهم، دون اهتمام حقيقي بما كان يُعرض هناك. على طريقة أولئك المسافرين الذين ركبوا يومًا قطار الشرق السريع واحتفظوا بذكرى القطار أكثر من تلك الرحلة التي استقلوه للقيام بها، كان رواد القصور السينمائية قادرين في أغلب الأحوال على وصف دار السينما المفضلة لديهم -حتى بعد مرور سنوات عديدة- بدقة أكبر من قدرتهم على وصف الأفلام التي شاهدوها هناك. وفي هذا الصدد، فإن الشهادة التي قدمها بيير تشيرنيا Pierre Tchernia في سيرته الذاتية بعنوان «ماجيك سيني» Magic Ciné تقترب بشكل كبير من الإجابات التي تم الحصول عليها في مقابلات جلاسكو:

> «في هذا الزمن (1930-1931) لم يكن هناك تلفزيون، كان هناك 212 دار سينما في باريس. أتذكر فانتاسيو Fantasio ، إيدن Eden، وروكسي Roxy ، وخاصة سينماي المفضلة «ماجيك سيني». كانت عبارة عن قاعة تتسع لـ 1200 مقعد، بها صفوف أمامية تتكون من مقاعد خشبية منزلقة، بها زنبرك صلب يعيدها إلى وضعها المستقيم عند القيام، مما كان يتسبب في طقطقة حادة [...]. وفي الخلف كانت هناك مقاعد مخملية، وفي

> أعماق القاعة، توجد المقصورات. إذا أضفت إلى ذلك واجهات بها ملصقات ذات حواف مضيئة، جرس صغير يرن، سيدة تبيع التذاكر، رجل يمزق التذاكر، يكون لديك سينما تنتمي للفترة ما بين 1930 إلى 1960 [...]. هذا هو المكان الذي كنا نأتي إليه لمشاهدة صور العرض القادم، هنا كانت مواعيدنا، وكانت عاداتنا، مقاعدنا وأحلامنا. كنت أذهب إلى «ماجيك سيني» يوم الخميس مع الأصدقاء أو مساء الأربعاء مع والدي (لأنه في صباح اليوم التالي، الخميس، كنت أستطيع النوم). عندما كان والدي يقول يوم الثلاثاء: «الفيلم الذي يعرض في «ماجيك سيني» يبدو جيدًا، سنذهب لمشاهدته»، كنت أشعر بالفرح، بل بالسعادة الطاغية. (Tchernia: 2003, p. 42-43).

كان الذهاب إلى السينما يعني اكتشاف مقترحات والتشارك فيها، أحيانًا ما تكون لأفلام ترفيهية خالصة مثل «الثلجة البيضاء» لديزني *Snow White* أو «المتجر الكبير» *The Big Store* للأخوان ماكس Marx Brothers، وأحيانًا أخرى لأفلام تركّز على قضايا اجتماعية مثل «الغراب» *Le Corbeau* لهنري-جورج كلوزو Henri-Georges Clouzot. من هنا نفهم، أن زمن تلك العروض السينمائية العظيمة هو أيضًا الزمن الذي دارت فيه الحوارات والنقاشات الأولى حول الفيلم قبل وبعد العروض.

لقد تم إنتاج قدر كبير من البيانات الإحصائية خلال هذا العصر الذهبي للسينما، خاصة في الولايات المتحدة. ولكن نظرًا للأغراض التجارية البحتة لتلك الإحصاءات، فقد ثبت أنه من الصعب فهم حجم، وبالأخص دلالة، العلاقة الأساسية التي ربطت بين السينما وجمهورها في النصف الأول من القرن العشرين. لحسن الحظ، فإن ذاكرة المتفرجين التي أعيد تنشيطها بفضل بحث جلاسكو تُظهر لنا ولو بشكل افتراضي، كيف احتلت السينما لمدة نصف قرن تقريبًا مكانًا مركزيًا في أوقات فراغ الأفراد، وكيف اعتبر هذا المكان فضاءً للتفاعل الاجتماعي بين الأصدقاء وحتى بين العشاق، كيف سمح أيضًا باللقاءات بين دوائر اجتماعية كانت تجهل بعضها البعض خارج نطاق للعمل. «كانت السينما، مكانًا ساحرًا وعابرًا للطبقات، غير مكلف ومريح، دافئ في الشتاء ومنعش في فصل الصيف، مشجّع على الأحلام، واعد باستمرار بأبطال جدد لقصص حب جديدة. كانت السينما

بلا جدال هي أول شكل للترفيه الجماعي» (Sorlin : 2001, p. 30).

شهدت أواخر الستينيات نهاية العصر الذهبي لعروض السينما الكبرى ونظيراتها في قاعات الأحياء. شاخت القاعات، وتنامت المدن، تآكل حضور الجمهور، وأصبحت مقترحات الأفلام فقيرة ومتكررة، وتطورت أنواع أخرى من وسائل الترفيه الجماهيري مثل التلفزيون. كل تلك العوامل أجبرت المكان السينمائي على التطور وإعادة هيكلة ذاته اتساقًا مع طرائق الانتشار الجديدة.

1.2 نهاية الولاء لقصور السينما واختفاء دور سينما الأحياء

بين عامي 1948 و 1949، حاولت كل من دار سينما جومون بالاس Gaumont وركس دو باري Rex de Paris عمل استطلاع رأي للمتفرجين، وذلك لحسابهما الخاص. تركّزت الاستطلاعات التي أجرتها هاتان المؤسستان بشكل رئيسي على أذواق وعادات التردد على قاعات السينما لدي الجمهور. وقد أظهرت النتائج كيف أصبح الهيكل التنظيمي للعروض أكثر قوة من ذي قبل، سواء في قصور السينما أو في دور سينما الأحياء الأكثر تواضعًا. في الواقع وحتى أوائل الستينيات، كانت السينما -الاختيار الأول لقضاء وقت الفراغ لدى الفرنسيين- متاحة من خلال شبكة قومية تضم أكثر من 6000 دار عرض، حيث تتمتع كل التجمعات السكانية تقريبًا بقاعة سينما، حتى وإن لم تكن قاعة كبيرة بالضرورة إلا أنها كانت تحاول عرض أحدث الأفلام لخدمة أكبر عدد ممكن من السكان. لم تكن فكرة ما يسمى بالفيلم «الجديد» دائمًا بديهية. فعندما يتم إصدار فيلم جديد في باريس على سبيل المثال، كانت هناك دار سينما فاخرة أو دارين فقط تعرضانه «بشكل حصري». وعادةً ما يستغرق الأمر من ثلاثة إلى عشرة أسابيع لكي يُعرض الفيلم بعد ذلك في عشرات الدور الأخرى بشكل «حصري ثانٍ». وأخيرًا وفي مرحلة ثالثة، هي مرحلة «العرض العام»، تحصل دور سينما الأحياء والتجمعات الصغيرة على نسخ الأفلام التي غالبًا ما تكون قد تضررت أثناء العروض السابقة. من العرض الحصري إلى العرض العام، قد تمر فترة طويلة للغاية تتحدد بالأساس على النجاح الذي يحققه الفيلم: فكلما كان الفيلم أكثر نجاحًا، تأخّر وصوله إلى القاعات الصغيرة في الأحياء والمحافظات؛ على العكس من ذلك، كلما كان أقل نجاحًا، زادت سرعة التخلص منه في القاعات الكبيرة. وتبدو

المفارقة في أن متفرجَ تلك الفترة كان يرى أفلامًا أقل شهرة في ظروف عرض أفضل من تلك التي كان يشاهد فيها الأفلام الأكثر شعبية: فشرائط تلك الأفلام كانت «يحدث بها خدوش وبعض اللقطات تكون ناقصة والعلامة الصغيرة التي تشير إلى لحظة تغيير البكرة كانت تختفي تحت علامات سميكة مرسومة بقلم رصاص غليظ، بل أحيانًا ما كان يتم استبدالها بثقب في شريط الفيلم». (Tchernia: 2003, p. 50)

في زمن لاحق سيتم استعادة سحر قاعات الأحياء ذات الطراز القديم بقدر من النوستالجيا، تلك القاعات التي لعبت دورًا حاسمًا كأدوات للفعل الثقافي المحلي في توليد رغبة حقيقية في السينما لدي جيلين على الأقل من المتفرجين. مما لا شك فيه أن تلك الرغبة هي التي جعلت -وبشكل يبدو متناقض- 38.4٪ من المتفرجين الذين شملهم استطلاع «ريكس» يعربون عن تفضيلهم لقاعة السينما الكبيرة، حيث تُعرض الأفلام حصريًا بدلًا من الانتظار حتى تصل إلى أحيائهم. ومن هنا نفهم نسبة الحضور المرتفعة للغاية في هذه الدور الكبرى، حيث أن 90٪ من الأشخاص الذين شملتهم دراسة «جومون» قد ترددوا بالفعل على هذه الدار خلال الإثني عشر شهرًا السابقة على الاستطلاع، من بينهم 24٪ قادمون من الضواحي و5٪ من المحافظات، حيث ينظم هؤلاء رحلتهم خصيصًا بهدف مشاهدة فيلم بعينه. ومن الضروري ملاحظة أنه في تلك الفترة على وجه التحديد كان الشغف بالسينما يتمكن من عدد كبير من المتفرجين وهو ما سيتولد عنه فيما بعد توجهات «سينيفيلية» حقيقية. يقول كريستيان مارك بوسنو ChristianMarc Bosséno «إن حياة «السيبفيل» هي سباق محموم من قاعة إلى أخرى، نَهِم للصور، يجعله يشاهد ما يصل إلى خمسة أو ستة أفلام في اليوم» (Bosséno: 1996, p. 80). ومع ذلك، شهدت بداية الستينيات وصول التلفزيون إلى المشهد السينمائي، وهو ما كان من شأنه أن يُخلّ بالمعطيات الجغرافية لقاعات السينما.

وجّه التلفزيون -«جنّية المنزل»- ضربة قاتلة أولًا لدور سينما الأحياء، فمن خلال استقراره التدريجي في المنازل قام بالوظائف الاجتماعية التي كانت دور السينما القريبة تقوم بها، والتي أصبحت إعلاناتها باهتة بعدما خلت فجأة من أي عروض حصرية. سيبدأ الحديث يدور عن البرنامج الذي شاهدناه على الشاشة الصغيرة ليلة أمس، كما كان يدور من قبل عن الفيلم الذي شاهدناه في السينما «المجاورة».

في غضون بضع سنوات، أدت هذه الحركة إلى اختفاء ما يقرب من 3500 منشأة، كما قضت على عادة التردد المنتظم على قصور السينما الكبرى والتي كان عليها التفكير في كيفية إيجاد حلول للتحول وتقديم أنواع جديدة من الخدمات والعروض لكي تستمر في الوجود. تحولت العديد من دور السينما تلك في مطلع السبعينيات إلى مجمعات متعددة القاعات، حيث يتم تقسيم مساحة القاعة القديمة إلى عدة قاعات أصغر حجمًا. وبدلًا من الإعلان عن فيلم واحد، أصبح من الممكن برمجة فيلم مختلف في كل قاعة. وبشكل متوازٍ أصبح هناك اتجاه للتكيف مع ظروف جمهور أوسع من خلال التخلص من قيود مواعيد العرض، مع ظهور «السينما الدائمة» التي تمتد فيها العروض من الساعة الثانية ظهرًا وحتى منتصف الليل دون انقطاع: فيمكن الدخول والخروج في أي وقت ومشاهدة الفيلم المعروض أي عدد من المرات نريده. كانت قاعة السينما تحاول التكيف مع الإيقاعات الجديدة للعصر وتحقيق توظيف أفضل لمعداتها لكي تظل حديثة. لكن طرأت عواقب عديدة لهذا التوظيف.

بادئ ذي بدء، أصبحت التصميمات المعمارية للقاعات أكثر فقرًا واتجهت لتبني نمط موحد، هو طراز السبعينيات في التصميمات الداخلية حيث يحل «السكاي» Skai [1] محل القماش المخملي، وألوان الأزرق والأخضر والبني والبرتقالي الفاقعة، محل الأحمر الداكن والزخارف الذهبية اللامعة. النتيجة الثانية هي زيادة عدد الأفلام الدعائية وإعلانات العروض القادمة، على حساب المواد الترفيهية والأخبار والأفلام القصيرة التي ستختفي تمامًا من برنامج العرض كما اختفت فكرة العرض «الحصري» في التوزيع -حيث تم زيادة أعداد النسخ بحيث يكون لكل قاعة نسختها الخاصة. وفي النهاية، ازدادت الشاشات صغرًا وتغيرت شيئًا فشيئًا الظروف التقنية للعرض: «ستشهد ذروة هذه المرحلة ظاهرة إنشاء قاعات سينما متناهية الصغر سينصرف عنها السينيفيل في نهاية الأمر، بعد أن أجهدتهم مشاهدة الأفلام على شاشات صغيرة ذات صوت رديء، وبسبب استيائهم من مشكلات العرض التقنية المرتبطة بالانخفاض الكبير في عدد العاملين، حيث يدير عامل واحد من ثلاث إلى ست قاعات في نفس الوقت». (Bosséno: 1996,p. 86) من الناحية الاجتماعية، فإن ما يراه موزعو السينما تطورًا يتوافق مع «تطور مجتمع متغير»، سيؤدي في الواقع إلى إضعاف قيمة الرباط المعنوي المتفرد الذي كان قائمًا بين قاعة السينما وجمهورها والذي اعتمد على الوفاء والمواظبة.

(1) ماركة جلد صناعي. (المترجمة)

1.3 موقع قاعة السينما في مدن اليوم

لم تعد مسألة استغلال الفيلم مطروحة اليوم وفقًا لمنطق التوزيع المرتبط فقط بشبكة دور السينما الإقليمية. في نظر العديد من المنتجين العاملين في صناعة السينما، لم تعد قاعة العرض تمثل سوى شكل واحد من أشكال اللقاء بين العمل السينمائي وجزء من جمهوره يتكون ممن لايزالون يترددون على دور العرض لمشاهدة الأفلام. في الواقع، سيحدد تاريخ بدأ عرض الفيلم على الشاشات الكبيرة في موطنه المدة القانونية التي يمكن اعتبارًا منها بيع الفيلم أو تأجيره على أقراص DVD أو Blu Ray (وهي تقدر بستة أشهر منذ عام 2005، وتحتسب من تاريخ عرضه الأول في القاعات). بعدها تتوالى تواريخ الاستغلال سواء بنظام VOD (الفيديو حسب الطلب)، أو على القنوات التي يتم فيها الدفع مقابل مشاهدة الفيلم، أو على القنوات المشفرة ذات الاشتراكات، ثم على قنوات التلفزيون غير المشفرة التي شاركت في إنتاج الفيلم. هذا التسلسل الزمني، كما نرى، يذكرنا بالمعركة القديمة للحصول على حصرية العرض الأول. وهكذا يمكن للقنوات الأرضية القومية في آخر المطاف أن تضع الفيلم في برنامجها، بعد 36 شهرًا من عرضه الأول على شاشات بلاده، ومن ثم فهي تقوم في الواقع بنفس الدور الذي كانت تقوم به سينما الأحياء القديمة.

منذ عام 2006، قام المركز الوطني للسينما والصور المتحركة و«ميديافيجن» Médiavision بإعداد استطلاع دائم للرأي حول جماهير السينما، سُمّي «بوبليكسيني» PubliXiné، يتيح معلومات مفيدة عن الأنماط المختلفة لاستهلاك السينما. يقوم «بوبليكسيني» بسؤال المشاهدين في المقام الأول عن الوسيلة التي يلجؤون إليها في عملية اكتشاف الأفلام الجديدة. ما يخبرنا به هذا الاستطلاع هو أن قاعة السينما تظل بالنسبة لـ 61.2٪ من الناس هي الوسيلة المفضلة لاكتشاف الأفلام، حتى مع وجود وسائط أخرى تزداد عامًا بعد عام، وتقوّض شرعيةَ قاعة السينما في إطار منطق استكشاف الجديد. قال 19.3٪ ممن شملهم الاستطلاع في عام 2008 إنهم يفضلون الإنترنت لاكتشاف الفيلم الجديد، في حين كانت نسبتهم تقدر بـ 6.3٪ فقط في عام 2006. وصوت 14.7٪ لصالح التلفزيون. ما بين عامي 2015 و 2016، انخفض سوق الـ DVD والـ Blu-ray بنسبة 16٪ تقريبًا في عام واحد، وهو ما يمثل اتجاهًا جديدًا يميل لصالح نظام الـ VoD والذي يرتفع سوقه في نفس الفترة بنسبة 8.3٪. من ناحية أخرى،

تجدر الإشارة إلى أن نظام التوصيات يرشح دائمًا نفس الأفلام، حيث انخفض الطلب في عام واحد إلى ما يقرب من 727 فيلمًا على مستوى جميع الكتالوجات. وعلى الرغم من توفر الأفلام، فهي تبدو وكأنها تختفي من الطلبات، وبالتالي تختفي من التراث المستخدم والقابل للاستخدام.

في عام 2015، كان هناك 5842 شاشة سينمائية منتشرة في جميع أنحاء البلاد، مجمعة في 2044 منشأة. لكن الرقم الأكثر تعبيرًا عن التطور الهيكلي للمعروض من الأفلام يظل هو عدد المقاعد المقدمة للجمهور. على سبيل المثال، في عام 1966 كان هناك تقريبًا نفس عدد دور السينما الموجودة في عام 2011، أي 5157 دار سينما. لكن هذه القاعات البالغ عددها 5157 كانت تحتوي على 2،482،882 مقعدًا، بينما توفر القاعات الحالية البالغ عددها 5842 فقط 1،099،526 ، أو 56٪ أقل من المقاعد المتوفرة في عام 1966. هذه الفجوة التاريخية الكبيرة تتضح أيضًا إذا ما أخذنا في الاعتبار معدلات التردد على القاعات عام -1957وهو عام يمثل ذروة في هذه المعدلات، إذا ما قارناه بأوضاع اليوم- فقد تم فيه تسجيل 440 مليون مقعدًا مباعًا. في بداية العقد الأول من القرن الواحد والعشرين استقر عدد المقاعد المباعة حول 180 مليون (184.18 مليون في 2002 ، 174.15 مليون في 2003) حتى لو حدثت تنويعات حول هذا الرقم من عام إلى آخر. ولكن منذ مطلع عام 2010، شهدنا طفرة في عروض القاعات (وهو انتعاش يتزامن مع سنوات الأزمة الاقتصادية). في عام 2016، وصلنا إلى 213.1 مليون مقعد مباع، وهو ما يشير بالتالي إلى ازدياد مطرد. ومن الجدير بالذكر أن 79٪ من هذه الأرقام حققها مئة فيلم، وأن 49 فيلمًا فقط تجاوزت حد المليون مشاهد في قاعات السينما. ولا تزال كفة السينما الأمريكية -وهي ثابتة منذ الستينيات- راجحة مع نسبة 52.9٪ من خروجات السينما التي تستهدف أفلامًا روائية من الولايات المتحدة. أما الأفلام الفرنسية فتمثل 35.8٪، والأفلام الأوروبية -فيما عدا الفرنسية- 9.2٪، والأفلام التي تأتي من دول أخرى تمثل 2٪ [المصدر: CNC - تقرير 2016].

يمكن تفسير استقرار نسبة التردد على دور السينما المسجلة في السنوات الأخيرة، من خلال جغرافية المنشآت التي أصبحت أكثر تكيفًا مع أنظمة المناطق الثقافية من ناحية، ومن خلال بناء شكل جديد من المجمعات السينمائية تحتوي على جميع خصائص الأماكن العامة من ناحية أخرى، تتيح الاختلاط بين نوعيات مختلفة من السكان. بهذا المعنى،

لا يزال يتعين علينا بناء نهج لمقاربة دور السينما بواسطة علم اجتماع حضري جديد بهذا الاسم، وذلك إذا رغبنا في فهم كيف تشكل المنشآت السينمائية مساحات جديدة للتواصل الاجتماعي. في الواقع، وكما تلاحظ إيف جرافماير Yves Grafmeyer، يعتبر علم الاجتماع الحضري مناسبًا لفحص التدخلات والتوترات التي تنشأ، سواء في «الآليات المنظمة» المرتبطة بمناطق تساهم في نقل النماذج الثقافية، أو في «واقع الانتقالات» التي تترجم بشكل جيد جدًا «ازدواجية عمليات التنظيم وانعدام التنظيم المؤسسة لأي حياة اجتماعية» (Grafmeyer: 1994, p. 88-96). تتجسد هذه التوترات والتدخلات في الـ 118 منشأة سينمائية ذات الشاشات المتعددة، العاملة والموجودة على الأراضي الفرنسية عام 2003. في البداية تم تصميم هذه المنشآت التي تنتمي لجيل جديد كاستجابة لنفور الجمهور من قاعات العرض المظلمة. وبالتالي فإن المشروع المعماري أخذ على عاتقيه مسؤولية إعادة بناء مساحات قادرة على استعادة الجمهور لمذاق الخروج إلى السينما -ولا سيما النزهات الجماعية- من خلال تحسين نوعية استقبال المتفرجين وتعدد الأفلام المعروضة. لذلك يُنظر إلى المجمعات السينمائية على أنها تقدم مزجًا للإمكانيات النوعية التي عرفتها السينما على مدار تطورها: زيادة الراحة للمشاهد، والجودة التقنية المتطورة للصوت والصورة وأساليب عرض الأفلام، بالإضافة إلى عدد أكبر من موظفي الاستقبال المدربين بشكل أفضل، وأفلام أكثر عددًا من تلك الموجودة في دور السينما القديمة ذات القاعات المتعددة، كذلك مواعيد عروض أكثر تواترًا وأكثر ملاءمة للإيقاعات الحضرية، وتنظيم مناسبات مصاحبة للعروض الأولى، خدمات ملحقة: (بار، ألعاب فيديو، مواقف مجانية للسيارات، مطاعم، منطقة تسوق قريبة، وما إلى ذلك).

في عام 2015، كان لدى فرنسا 209 مجمع سينمائي وهو ما يعد رقمًا كبيرًا، إذ مثلت وحدها 59.7٪ من معدلات الدخول إلى قاعات العرض. وبالتالي فإن المنشآت الأخرى وعددها 1835 -من القاعات التقليدية- تعادل 40.3٪ من معدلات الدخول إلى قاعات العرض المتبقية. لذلك وللوهلة الأولى، ينتابنا شعور بوجود خلل كبير يسود أنماط التردد على المنشآت السينمائية، وذلك تبعًا للأنواع المختلفة للتجهيزات الخاصة بدور العرض. علاوة على ذلك، فإن هذا هو السبب الرئيسي الذي يجعل من إنشاء المجمعات السينمائية موضوعًا يثير الكثير من الخلافات سياسيًا واقتصاديًا وثقافيًا. فموقعها الجغرافي، عادة في ضواحي المدن وفي المناطق التجارية،

يدفع منتقديها إلى وصمها على الفور بأنها أماكن للتردي الثقافي يتم بيعها للقوى الصناعية والرأسمالية والتجارية الكبرى من ذوات الخبرة في قولبة العقول والضمائر. ومع ذلك، يمكن للمرء أن يعتقد، بالنظر إلى التاريخ المشترك بين دور السينما والمدن، أن هذه الحجج النقدية قد تكون مفرطة في التبسيط، وربما لا تساعد في فهم التحول الذي طرأ على فعل الذهاب إلى السينما في أماكن العرض الجديدة تلك، إذا ما حاكمناها قبل استخلاص كل النتائج المترتبة على وجودها. يتعلق الأمر فعليًا بتعديل ملموس في أسلوب التعاطي مع السينما ومع المدينة، وهو ماتشير إليه الدراسات المختلفة للمركز الوطني للسينما والصورة المتحركة (CNC) بالنسبة إلى مواصفات المتفرجين المترددين على المجمعات السينمائية. تشير هذه الدراسات إلى أنَّ لتلك الجماهير عادات وسلوكيات تختلف اختلافًا كبيرًا عن الجماهير المترددة على الأنواع الأخرى من دور العرض. وعند تحليل عادات الذهاب إلى السينما باستخدام مداخل علم الاجتماع الحضري، توصلت الأبحاث إلى أن هذه العادات تتحدد تبعًا للقدرة على التنقل ولنمط التفاعل الاجتماعي: فمن 90 إلى 97٪ من المتفرجين يستخدمون سيارة فردية للذهاب إلى المجمع السينمائي، وما يقرب من ربع هؤلاء يستغرق أكثر من نصف ساعة للوصول إلى دار العرض.

ويذهب معظم المتفرجين إلى هذه المنشآت في جماعات مع الأصدقاء أو مع العائلة، في حين أنَّ مرتادي دور العرض الواقعة بوسط المدينة، كثيرًا ما يكونون بمفردهم، ويستخدمون وسائل النقل العام، أو يذهبون سيرًا على الأقدام.

وأخيرًا، إذا كان من الممكن تصنيف رواد المجمعات السينمائية في فئة «المواظبين» -الذين يذهبون مرة واحدة في الأسبوع على الأقل إلى السينما- وفي فئة «المنتظمين»-الذين يذهبون إلى هناك مرة واحدة على الأقل في الشهر (ولكن أقل من مرة واحدة في الأسبوع)، وفي فئة «غير المنتظمين»- الذين يذهبون إلى هناك مرة واحدة على الأقل في السنة (وأقل من مرة واحدة في الشهر)-فإن الشرائح الأقل سنًا من بين تلك الفئات-أي من يبلغون من العمر أقل من 49 عامًا- هي التي تفضل الذهاب إلى تلك الدور.

لذلك فإن تحليل تداعيات إنشاء المجمعات السينمائية في المدن يجب أن يأخذ في الاعتبار هذه المعطيات الحضرية الأساسية عند ملاحظة وفهم العادات الجديدة للمتفرجين من المنظور الاجتماعي، تلك العادات التي

تشير أيضًا إلى وصول جماهير جديدة إلى قاعات السينما.

تعد المجمعات السينمائية ذات الأشكال المعمارية المنمّطة أقل تأثرًا بالهوية التاريخية للمدن وكذلك أقل قدرة من قصور السينما القديمة على إثارة الخيال. يعتمد وجود هذه المنشآت، التي تم تصميمها كشركات خدمية تخاطب الكل، على العرض السينمائي الذي تقدمه فقط. يأتي الناس إلى هنا بالأساس لمشاهدة السينما، وتنجح كثرة الملصقات التجارية في توجيه جماهير شديدة التنوع إلى هذه القاعات. فعلى كل متفرج أن يبذل نفس الجهد للوصول إلى هناك، وعادة ما يرحل سريعًا بعد العرض، وهو ما يشكل نقطة قوة للمجمعات السينمائية وكذلك نقطة ضعف. تكمن قوتها في كونها تعمل كأماكن عامة لا تصادرها فئة معينة من السكان؛ أما ضعفها ففي قدرتها المحدودة على أن تصبح مكانًا قادرًا على تملُّك مشاعر المتفرجين. في ضوء مجموع تلك الحجج، ينبغي فهم المنطق الحضري الجديد للتنقل والتواصل الاجتماعي الذي أبرزته المجمعات السينمائية، وذلك في إطار من التكامل وليس التنافس مع قاعات السينما الأخرى الموجودة بوسط المدينة، والتي تلعب دورًا رئيسيًّا في نشر سينما المؤلف والأفلام الفنية والتجريبية.

2. أفينيون: مثال لـ«مدينة سينمائية» تنتمي إلى القرن الواحد والعشرين

2.1 واحدة من أوائل المدن السينيفيل في فرنسا

إذا كان اسم أفينيون Avignon معروفًا في جميع أنحاء العالم اليوم، فذلك ليس فقط بسبب جسرها الذي تحطم ذات مرة من جراء الفيضانات العاتية في نهر الرون والذي تغنت به أنشودة شهيرة. تبدأ اللحظة الحاسمة في تاريخ المدينة عام 1309، عندما أصبح لها وظائفُ سياسية مركزية، حين قرر كليمان الخامس Clément V تثبيت مقعد البابوية هناك. سيجذب البلاط البابوي عددًا من الفنانين التشكيليين المرموقين من جميع أنحاء فرنسا وإيطاليا، مثل ماتيو جيوفانيتي Matteo Giovannetti أو إنجويراند كوارتون Enguerrand Quarton، وسيشكلون مدرسة أفينيون وهي مدرسة امتدت شهرتها حتى القرن السادس عشر. المهمة الرئيسية لهؤلاء

الرسامين هي تزيين المباني المعمارية الرائعة التي تتجمل بها عاصمة العالم المسيحي والتي تعد من ضمن أجمل تجليات الفن القوطي: قصر الباباوات، قصور الكرادلة، بالإضافة إلى عدد من الكنائس والأديرة. تبدأ أفينيون منذ الخمسينيات في استلهام هذا الماضي الذي صنع شهرتها وفي استعادة وظائفها الثقافية المتميزة، من خلال إعادة تأهيل تراثها الضخم بإقامة المهرجان الذي أنشأه جان فيلار Jean Vilar في عام 1947 بشكل دائم داخل «أسوارها». ولكلمة «أسوار» دلالة هامة، لأن المدينة تتكون من كيانين -أحدهما موجود داخل الأسوار والآخر خارج الأسوار- كل منهما منفصل عن الآخر بجدران تحيط تمامًا بمركز المدينة القديمة، وتشير بشكل واضح جدًا إلى حد يفصل بين أسلوبين لتعاطي المدينة. إذا كان عدد سكان أفينيون اليوم يصل إلى 90800 نسمة، يعيش منهم 11000 داخل الأسوار، إلا أن المدينة تشكل مركز تجمع سكاني يضم 253،580 نسمة، ويشمل ثلاثة أقسام: فوكلوز Vaucluse و جار Gard وبوش-دو- رون Bouches - du - Rhône. ومع ذلك، فإن معظم الحياة الثقافية لأفينيون تقتصر على النطاق الواقع داخل الأسوار. هذا هو المكان الذي تقع فيه مواقعها التراثية الرئيسية، وتتركز به مئات العروض التي يستضيفها مهرجانها.

وتجدر ملاحظة أن مهرجان أفينيون يظل أكبر مهرجان مسرحي أوروبي، وأن نسب الحضور فيه تشكل مرجعيةً على المستوى القومي بسبب مواظبة جمهوره الذي يعود من سنة إلى أخرى، وولائه -حيث لا يزال للمهرجان متفرجين من الإصدار الأول- ولكن أيضًا لأن ما يقرب من 40٪ من رواد المهرجان ينتمون إلى منطقة أفينيون [1]2. ويثير سكان منطقة أفينيون الفضول إلى حد ما فيما يتعلق بالسينما، فبالإضافة إلى الحضور الكثيف لجمهورها في المهرجان، أظهرت الإحصائيات القومية في العام 2000 أن مدينة الباباوات القديمة هي أول مدينة سينمائية في فرنسا.

في الواقع، عندما نشير إلى المتوسط السنوي لعدد مرات الخروج إلى السينما بالنسبة لكل ساكن في كل تجمع سكاني على حدة، نجد أن أفينيون تتخذ مكانها في أعلى قائمة المدن السينمائية كما هو موضح في الجدول 3.

(1) من للهم تذكر هذا الرقم، لأن الأفكار الشائعة حول مهرجان أفينيون -مثل فكرة أن جمهور المهرجان باريسي في الأغلبية- كثيرة.

Avignon أفينيون	14,1
Paris باريس	13,7
Bordeaux بوردو	11,9
La Rochelle لاروشيل	11,5
Noisy-le-Grand نوازي لوجران	11,3
Tours تور	11,1
Lyon ليون	11,0
Pau بو	10,2
Cannes كان	9,9
Annecy, Montpellier مونبلييه - انيسي	9,2 (نفس النسبة للمدينتين)
المتوسط القومي	2,8

الجدول 3 - المدن الفرنسية العشر الأولى مصنفة حسب عدد مرات الذهاب إلى السينما في السنة وحسب نصيب الفرد منها في عام 2000

كيف نفهم هذه الشهية المفتوحة للسينما في أفينيون؟ كما هو الحال مع معظم الظواهر الاجتماعية، لا يرجع تفسير هذه النسب إلى عامل واحد، بل إلى مزيج من الظروف الهيكلية والثقافية. فيما يتعلق بالأولى، اعتمد العرض السينمائي في أفينيون حتى عام 1994 على أربع منشآت موجودة في النطاق الواقع داخل الأسوار:

- سينما قصر باتيه Pathé، وهي واحدة من أقدم دور السينما في المدينة، وتاريخيًا، واحدة من أكثرها شهرة عندما كانت لا تزال قصرًا سينمائيًا،
- سينما الكابيتول Capitole، وهو مكان جمع لفترة طويلة أكبر عدد من المشاهدين، فقاعته تتسع لـ 800 مقعد. ومثل قصر باتيه، يقدم برنامج الكابيتول الأفلام الجديدة،

- سينما فوكس Vox، الموجودة في ميدان الساعة، وتقوم ببرمجة عروض المقاهي خلال المهرجان وتعرض الأفلام الجديدة عندما يتوقف عرضها على الشاشات الأخرى في المدينة، مما يتيح لأهالي أفينيون مشاهدة الأفلام التي فاتتهم،
- وأخيرًا، دور سينما يوتوبيا Utopia التي تقوم بشكل أساسي ببرمجة الأفلام الفنية والتجريبية وأفلام سينما المؤلف والسينما البحثية، وتعرضها في نسخ أصلية. تأسست هذه القاعات على أيدي أبناء ثورة مايو 1968، وفرضت نفسها بقوة وحيوية وجدة في أحيان كثيرة، (مثلما هو الحال في شبكة Action في باريس)، وذلك بهدف تكوين وتنمية وتلبية احتياجات السينيفيل «المقاومين» لإنتاج هوليوود وأفلام الكوميديا الفرنسية الكبرى التي تهيمن على السوق.

في عام 1995، أصبح لنطاق المدينة الواقع خارج الأسوار أيضًا دار السينما الخاصة به، وذلك بفضل إنشاء مجمع سينمائي «باتيه كاب سود» *Pathé Cap Sud* ، ومثله مثل العديد من المجمعات من هذا النوع الجديد، سوف يبرمج الإصدارات الرئيسية للأفلام الفرنسية في أفضل ظروف تقنية للعرض. بعد أربع سنوات من افتتاحه، تتحدث الأرقام فتظهر أن إجمالي المشاهدين الذين دخلوا إلى قاعات السينما في أفينيون قد تضاعف بنسبة 2.5. هذا الرقم الذي يبدو إيجابيًا لا يعبّر مع ذلك عن جميع دور السينما في أفينيون. فكل القاعات المنافسة للمجمع السينمائي من حيث برامج العروض -قصر «باتيه» و«فوكس» و«كابيتول»- انخفضت معدلات بيع التذاكر فيها بشكل حاد، بينما وفي نفس الوقت، تسجل «يوتوبيا» تقدمًا ثابتًا ومنتظمًا من حيث التردد على قاعاتها. نلاحظ إذًا تعديلًا في العادات القديمة لمشاهدي أفينيون التقليديين. فكما هو الحال في العديد من المدن الأخرى التي أصبح لديها مجمعات سينمائية مقامة في الضواحي، يمكننا قياس الأهمية التي تتخذتها السيارة الخاصة في أفينيون لممارسة الأنشطة المختلفة خارج سياق العمل، بما في ذلك الأنشطة الثقافية. لهذا السبب -وإن كان ليس هو السبب الوحيد- فإنه في حالة «البرمجة المتطابقة» للأفلام في عدة دور سينمائية، يفضل الجمهور الذهاب إلى السينما التي تمنح ظروف عرض ذات مستوى تقني أفضل لمشاهدة الأفلام التي تقدم الاستعراضات الضخمة. تفسر حركة المتفرجين التقليديين باتجاه المجمع السينمائي فقط غياب الجمهور عن دور السينما في وسط المدينة التي لديها وضع تنافسي مع «باتيه

كاب سود»، لكنها لا تفسر الزيادة في نسبة الحضور الإجمالي في أفينيون، ولا التنامي المطرد لدور العرض المتخصصة في الأفلام الفنية والتجريبية. هنا يجب البحث عن التفسير في الإطار الأوسع للتجمع العمراني. في الواقع، يشكل المجمع السينمائي بسبب إنشائه في الضواحي البعيدة للمدينة انفتاحًا على جميع البلديات الريفية والمدن الصغيرة الواقعة حول أفينيون، ضمن دائرة نصف قطرها 80 كيلومترًا. أصبح استخدام السيارة أمرًا شائعًا وضروريًا منذ فترة طويلة لسكان هذه المناطق للتغلب على عزلتهم النسبية عن المرافق الحضرية. وتشكل ساحة انتظار السيارات المتعددة حلًا لأكبر مشكلة يواجهونها داخل الأسوار، ألا وهي وقوف السيارة والوصول إلى السينما دون مواجهة صعوبات كبيرة. إحصائيا، يقيم 53٪ من المتفرجين على بعد أكثر من عشرة كيلومترات من المجمع السينمائي. ووفقًا للعديد من الاستطلاعات التي أجراها مختبر الثقافة والاتصال بجامعة أفينيون حول تطور سلوك المتفرجين منذ عام [1]1994، سمح المجمع السينمائي لما يقرب من 34٪ من جمهور المترددين عليه، بالعودة إلى قاعات السينما بعد فراق دام خمس سنوات وأحيانًا أكثر من خمس سنوات. بالإضافة إلى ذلك، فبمجرد أن افتتح المجمع السينمائي أبوابه، سمحت سهولة الوصول إليه والبرمجة المنتظمة للأفلام الموجهة للشباب باستعادة النزهات العائلية بعد ظهر الأحد، وهي ممارسة أساسية لانتقال القدرة على تذوق مشاهدة الأفلام على الشاشات الكبيرة، من جيل إلى جيل وكذلك لتعلم متعة مشاركة العرض مع آخرين وهو التعلم الذي يتخذ بعدًا اجتماعيًا. بهذا المعنى، نلاحظ أن واحدة من المهام الأولى التي يتولاها الآباء خلال هذه العروض المخصصة للصغار هي تعليم أطفالهم البقاء ساكنين حتى لا يتسببوا في إزعاج الآخرين، وأن يبقوا جالسين لمدة ساعتين في مقعد ذي ذراعين، وذي حجم كبير جدًا بالنسبة إليهم، وأن يركزوا انتباههم لمدة تتجاوز بكثير تلك التي يَبقونها جالسين أمام التلفزيون.

(1) أجريت استطلاعات حول معدلات تطور الحضور السينمائي في أفينيون بين عامي 1994 و 2006 تحت إشراف إيمانويل إثيسEmmanuel Ethis. ونلاحظ أنه في عام 2008، ظلت نسب الحضور مستقرة من حيث الكم والكيف، حتى لو لم تعد أفينيون تحتفظ دائمًا بموقعها أعلى جدول الحضور، كما كان الحال في أوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين. واصلت المدينة التطور منذ ذلك الحين، سواء في حركة جمهورها أو في توزيع قاعات العرض وذلك منذ أن أغلق «قصر باتيه» أبوابه في عام 2005. في أعقاب ذلك سيغلق «الكابيتول» بوسط المدينة أبوابه أيضًا بعد أن تم بيعه، لكنه سيولد من جديد في عام 2015 تحت اسم «باندورا» Pandora. ستحاول «باندورا» عمل العديد من المبادرات لاستعادة وسط المدينة، مثل تنظيم مهرجان يتمحور حول نجوم اليوتيوب -«مهرجان إطارات» Festival Frames - وستتحول هذه السينما إلى مسرح خلال فترة مهرجان أفينيون.

ثلاث سنوات كانت مدة كافية لتحقيق الاستقرار في العادات الحضرية الجديدة لمشاهدي أفينيون، سواء كانوا من المتفرجين الجدد أو من المتفرجين التقليديين. تكشف هذه العادات التي يظهر أثرها على طريقتهم في التعاطي مع المدينة، عن متطلباتهم فيما يتعلق ببرمجة الأفلام المعروضة. ففي محيط صغير نسبيًا يمتد من وسط المدينة إلى الضواحي، تقدم أفينيون مجموعة متنوعة من قاعات العرض التي تغطي مجمل الإنتاج السينمائي الجديد.

وهكذا نجد أن ما يقرب من 67٪ من المتفرجين يشاهدون عروض المجمع السينمائي والقاعة التي تعرض الأفلام الفنية والتجريبية، يتردد ثلثاهم على «يوتوبيا»، بينما كانوا في الأصل من مشاهدي مجمع «باتيه كاب سود» فقط؛ وبسبب عدم إقامة معظم هؤلاء المشاهدين في أفينيون، فقد اعتبروا أن المجمع السينمائي قد شكل في مسارهم كمتفرجين، البوابة الجغرافية للوصول إلى «وسط المدينة»، ومدخلهم السينمائي لمعرفة «سينما المؤلف» التي يصفونها بأنها «أكثر تخصصًا». يذكر الكثيرون أيضًا «الاتفاق المبرم» بين الأجيال، فيما يتعلق بتنظيم الذهاب إلى السينما: إذ يتحرك الآباء والأبناء معًا من المجمع السينمائي إلى قاعة الفن والتجريب ومن الفن والتجريب إلى المجمع السينمائي، ويتفقون غالبًا على اختيار القاعة التي سيذهبون إليها، فيوافق الشباب دون سن 18 على الذهاب إلى قاعة الفن والتجريب، شريطة أن يرافقهم الآباء بدورهم إلى المجمع السينمائي لمشاهدة فيلم سمعوا عنه. إن انتقال الذوق من خلال نزهة السينما يحدث هنا بشكل جديد لأنه يتم باتجاه الوالدين/الأبناء أكثر من الاتجاه المعاكس: الأبناء/الوالدين. ومنذ عام 2009، تم إنشاء مجمع سينمائي آخر في إقليم «بونتيه» Pontet، وهي بلدة تقع على الحدود مع أفينيون من جهة الشمال: «استوديوهات الكابيتول» Capitole Studios. تبدو حركة السكان ونسب ترددهم على هذا المجمع هي نفسها بالنسبة لمجمع «باتيه كاب سود» لكن تأثيره سيطال منطقة «فوكلزو العليا» Haut Vaucluse وجنوب «دروم» Drôme، بالإضافة إلى وسط المدينة. سيُنشئ مديره رينيه كراوس René Kraus في عام 2011 مهرجان «لقاءات الجنوب» Rencontres du Sud، وهو مهرجان مشهور يقام الآن كل عام في مارس، مخصص لأصحاب حقوق الاستغلال والموزعين السينمائيين.

إذا كان التنقل بين دور السينما في أفينيون حقيقة مؤكدة، ويحدث

بشكل واسع النطاق، إلا أن هناك فَرقًا كبيرًا بين الممارسات السينمائية الفعلية لأهالي أفينيون وما يقولونه هم عن تلك الممارسات. فهم يميلون في خطابهم إلى وصم كل مكان بسمات تتعلق بهويته ويدور شجار كلامي حول «الشرعية الثقافية»، يتواجه فيه بشكل جديد المنطق الفني وما يعتبر جهلًا فنيًا. يظل نموذج أفينيون كمدينة سينمائية في مطلع العقد الأول من القرن الحادي والعشرين نموذجًا مثاليًا في حد ذاته يسمح بوصف كل الوعود التي يمكن أن تحملها منطقة ثقافية عندما نفكر فيها من المنظور البيئي.[1]

2.2 الشجار حول «الشرعية الثقافية» للأماكن والانقسام الواضح للجمهور حولها

حاول كل من عالمي الاجتماع بيير بورديو Pierre Bourdieu وآلان داربل Alain Darbel توضيح ما يسميانه «قوانين الانتشار الثقافي» (Bourdieu, Darbel: 1969, p. 113-157)، في كتاب خصصاه لمتاحف الفن الأوروبي ولجمهورها، عنوانه «حب الفن». هما يعنيان بـ«القوانين» مجموعة من العناصر الثابتة تمت ملاحظتها تتعلق بالمنتجات الثقافية، تُرسي «علاقة وثيقة [...] تنشأ بين طبيعة ونوعية المعلومات التي تقدمها [المنتجات الثقافية] وبنية الجمهور في مجتمع ما». وعليه، فإن أي منتج ثقافي يخضع «لتلقٍّ متنوعٍ كمًا وكيفًا». وما يجعل هذا المنتج مفهومًا وأكثر فاعلية هو قدرته على تلبية التوقعات الضمنية أو الصريحة لمتلقيه بشكل مباشر، تلك التوقعات النابعة من التربية التي حصل عليها ومن الضغوط المنتشرة التي تمارسها عليه الجماعة المرجعية، بهدف المحافظة على تلك التوقعات وتدعيمها وتعزيزها من خلال الاستدعاء المستمر للمعايير السائدة («هل قرأت ...؟»، «يجب أن تكون قد شاهدت هذا ... !»). تزداد هذه الفاعلية كذلك عندما يتوافق المنتج الثقافي مع الأدوات المختلفة لمنح

(1) يعني مصطلح «مدروس من الناحية البيئية» أنه يجب ألا نأخذ في الاعتبار فقط التركيبة الديموجرافية/ الاجتماعية لمنطقة ما وتطلعات سكانها، ولكن أيضًا التفكير في مجمع السينما وبرمجته للأفلام باعتباره مشغلًا ثقافيًا مركزيًا وسياسيًا يتكيف مع المدينة الموجود بها. يفترض ذلك مشروعًا يتم بنائه على علاقات الولاء المفترض أن تخلقها كل قاعة سينما مع جمهورها. يمكننا أن نستشهد بمثال ناجح وهو العمل الرائع الذي قامت به سينما «الكوريجان دو جينجان» Les Korrigans de Guingamp الواقعة على ساحل آرمور Côtes d'Armor والتي تقدم في برامجها الأفلام الفنية والتجريب للجمهور الشاب، والأفلام الوثائقية، وأفلام السينما الفرنسية، بالإضافة إلى الأفلام الرائجة من خلال دعوة المخرجين وتنظيم اللقاءات والأنشطة حول الإصدارات الجديدة وكذلك أفلام التراث السينمائي.

الشرعية الثقافية (الأكاديميات والجامعات، النقاد، المحكمين للجوائز الأدبية والفنية، إلخ)، وعندما يتوافق بشكل مباشر مع أفراد الجماعة التي تمتلك السلطة في أمور الثقافة، مثل القادة أو صانعي الذوق الذين يلعبون هنا دون شك دوزًا أكثر حسمًا من دور قادة الرأي في أمور الخيارات الانتخابية».

تقوم قاعة عرض الأفلام الفنية والتجريبية «يوتوبيا»، ومجمع السينما «باتيه كاب سود» في أفينيون بدورهما كأماكن للانتشار السينمائي، فتمنحان «الشرعية الثقافية» بالمعنى الذي يقصده المؤلفان. من خلال مصطلحات مثل «مقاومة ثقافة الفشار» تحاول قاعة السينما الفنية جذب جمهورها بخطاب تقوده جريدة «لاجازيت» *La Gazette* الصغيرة التي توزّع مجانًا وتقدم برنامجها. انتظمت حركة المقاومة تلك منذ عام 1993، عندما كان المجمع السينمائي لا يزال مشروعًا يتم التخطيط له، وعندما كانت دار عرض الأفلام الفنية في طور إعادة هيكلة لكي تصبح هي الأخرى سينما بها قاعات عرض متعددة تقع خلف أهم موقع تراثي في المدينة، وهو قصر الباباوات. هذا هو ما يمكننا قراءته في برنامج يوم 17 نوفمبر 1993:

> «باتيه Pathé شركة تابعة لشركة متعددة الجنسيات يمثل نشاطها السينمائي 2.5٪ من حجم أعمالها [..]. فرصتنا الوحيدة أمام هذا الوحش هو أن لا يرانا، وهو أمر مستحيل مع 200.000 متفرج سنويًا .. يتوقع صناع مشروع «باتيه» حضوزا سنويًا يبلغ 600.000 متفرج. هل يمكننا تخيل هذا الوحش المفترس يزدرد في سلام، داخل مرعاه ذي الحشائش اللينة، متفرجين بعدد أكبر وبنسبة 30٪ ؟» (*La Gazette*, n° 135, Janvier 1994).

لذلك تم عمل بيان للتوقيع في أوساط مشاهدي «يوتوبيا» كانت دلالاته واضحة:

> ««باتيه» للفشار. تم جمع 11.000 توقيع بالفعل. وتستمر

التوقيعات ... المضاد الصغير للمجمع السينمائي [نفهم من ذلك سينما «يوتوبيا» متعددة القاعات] يسدد ضربته. ما يقرب من 11.000 توقيع تم الحصول عليها منذ إطلاق البيان، منذ ما يقرب من ثلاثة أسابيع ... [...] معنى توقيعك واضح: رفض أسلوب معيشة يقدم باعتباره حتميًا وحديثًا». (*La Gazette*, n° 139, mai 1994).

ثم يصبح الخطاب حول الثقافة «ذات المعايير الموحدة» هو الحجة الأساسية في الجدل:

«المنمطون قادمون. «هم» يريدون أن يضع «هذا الشيء» بيضه في أركان فرنسا الأربعة [...]. كنتم 40.000 لتوقيع عريضتنا التي هي قوتنا، ويمكنها أن تصبح حاسمة في مواجهة قوة المال المتوحشة [...]. يعمل 73 مليون من العبيد حول العالم من أجل المجد الأعظم للشركات متعددة الجنسيات [...]. نمسك بأذناب واحدة ضخمة من بينها، على طريق مرسيليا [...]، لقد وضعت للتو بيضتها، لا تعرف بعد أنها سقطت في كمين ... هكذا هي اللعبة، في 23 فبراير ستستيقظ أفينيون بعد سبعة أشهر من الحمل على سينما جديدة متعددة القاعات [...]. هكذا، على الرغم من معارضتنا [...] سيتم تسجيل -[...] في الكتاب التذكاري لهذا الهراء التاريخي محليّ الصنع- أنه في عام النعمة هذا 1995، ستسدد ضربة أخرى للتوازن الاقتصادي والبشري لمدينة [...] لم تكن بحاجة إليها [...]. لو كان لدى صناع هذه البدعة الكارثية أقل قليلًا من ثلاثة خلايا عصبية نشيطة تساعدهم على الفهم، لكانوا أدركوا أن «المنفى الواقع خارج الأسوار» لوسط المدينة التجاري الحصري سيعجل باحتضارها».
(*La Gazette*, n° 147, février 1995)

على مدار عامين تقريبًا، لن يهتم خطاب «لاجازيت» عن المجمع السينمائي بالنواحي الفنية للأفلام إلا في حالات قليلة، ولكنه سيسعى

بالأساس لافتراض وخلق مواجهة بين القيم الأيديولوجية والثقافية التي يتم إسنادها لكل من المنشأتين السينمائيتين. تعلن «يوتوبيا» عن نفسها باعتبارها السلطة الرمزية الشرعية للتحدث عن السينما وتبنِّي معنى متماسك وجامع يعقد علاقة بين دار السينما وموقعها في المدينة ونوعية الأفلام المعروضة فيها، وبالتالي الجمهور المتوقع تردده على هذه القاعة أو تلك، سواء بالنسبة إلى المجمع السينمائي أو بالنسبة ليوتوبيا. هذا هو ما سمح لـ«جازيت يوتوبيا» بالاستطراد في خطاب حجاجي اتخذ شكل خلاف حول الشرعية من خلال عمل مواجهة بين مشروع مدفوع باستراتيجية تنميط ونمذجة -المجمع السينمائي- ومشروع مفتوح على التنوع الثقافي - قاعة عرض السينما الفنية والتجريبية. ومن هنا، تم تحميل كل مكان بالدلالات التي تؤكد تدريجيًا على «الشرعية الداخلية» التي تدفعه. وعندما يصل عرض حصريٌ إلى المجمع السينمائي -لا ينتمي إلى سينما الفشار- قبل عرضه في «يوتوبيا»، تُنبّه «لاجازيت» مشاهديها على الفور:

> «تتفاقم هذه الاستراتيجية بسبب حقيقة أن الشركة متعددة الجنسيات تستغل مركزها المهيمن في «مصادرة» عدد معين من الأفلام من بين تلك التي يسهل تسويقها بالطبع [...]. فيلم شابرول Chabrol الأخير، «الاحتفال» *La Cérémonie* يعد مثالًا جيدًا على ذلك [...]. كان يجب أن يعرض هذا الفيلم لدينا أو على الأقل بالتوازي «معهم» [...]. لقد عرض بالتوازي مع سينما «باتيه كروا دو نوف» Pathé Croix de Noves و«باتيه سنتر فيل» Pathé Centre-Ville. لن يصل إلى يوتوبيا، مقصده الأصلي، إلا في الأسبوع الرابع. (*La Gazette*, n° 154, septembre 1995)

تحاول يوتوبيا، مثل أي جهة مانحة للشرعية، أن تمارس سلطتها الرمزية، وأن تفرض على المتفرجين موقفًا تخلط فيه بين موقف مبني على حجج، وبين الالتزام بقضية ثقافية تطالب المشاهدين باتخاذ موقف منها. تشير اختيارات المتفرجين لهذه الدار أو تلك إلى هذا الالتزام، ويتم توظيف تلك الاختيارات كخاصية يمكن إضافتها إلى مجموع الخصائص المميزة لهوية هؤلاء المتفرجين. عندما نستمع إلى أحاديث أهل أفينيون ممن

يسكنون داخل الأسوار حول ممارساتهم السينمائية نلاحظ استدعاءً لتلك الهوية. لذلك فإنهم كثيرًا ما يقولون: «ما الذي ذهبت لمشاهدته في يوتوبيا؟» أو: «هذه الليلة سأذهب إلى يوتوبيا». ومن خلال اختيارهم للكلمات، يصبح للفيلم المعروض وظيفة «ثانوية» نسبيًّا، بينما يتحدث أولئك الذين يذهبون إلى المجمع السينمائي عن الفيلم الذي سيشاهدونه فقط دون الإشارة في معظم الأحيان إلى مكان العرض نفسه. وعندما يذكرون أنهم ذهبوا إلى «باتيه» -وهو أمر نادر- يقولون ذلك مع أخذ الاحتياطات اللازمة والتي تتمثل في تحديد سبب (ضمن أسباب أخرى)، وهو أن «الفيلم يتم عرضه هناك فقط». إن القول بأننا «ذاهبون إلى يوتوبيا، يشير إلى المتفرج الذي نريد أن نكونه ويلخصه، ويتضمن الإشارة إلى الجماعة الثقافية التي ننتمي إليها. عندما نذهب إلى يوتوبيا نحن لا نذهب فقط لمشاهدة فيلم، بل نقوم بفعل «سياسي» -يصفه العديد من «اليوتوبيين» أنفسهم بأنه فعل «مواطنة»».

«فيما يتعلق بالسكان القاطنين خارج الأسوار والذين يعيشون بالقرب من المجمع السينمائي، فإن لطريقتهم في احتياز «السينما الخاصة بهم» نفس القوة، لأسباب يمكننا وصفها كذلك بالسياسية ولكنها ذات مضمون مختلف تمامًا. بالنسبة لهؤلاء، يمثل باتيه فرصة جيدة لاستعادة التوازن المفقود والناجم عن عدم وجود مساواة في الوصول إلى المرافق الثقافية الهامة أحيانًا. «أخيرًا، لم يعودوا يستهينون بنا، يقول كريم هـ. (رب أسرة شاب سِنُّه 30 عامًا)، أنا الذي عشت هنا منذ عشرين عامًا، لم أعرف سوى مركزهم للشباب والأخوة الكبار المنشطين الذين يستهدفون المراهقين في الأحياء، والسبب الحقيقي هو شغل وقتنا حتى ننصرف عن غزو وسط المدينة وشارع «دولا ري» de la ‘Ré». الآن، هؤلاء الذين يسكنون داخل الأسوار، هم من يأتون إلينا لمشاهدة الأفلام على الشاشة الكبيرة. نحن من لديه أجمل سينما في المدينة [...]. إن سينما «باتيه» عندها على الأقل ميزة: فقد جعلتهم يفهمون أن الأحياء الخارجية يمكن

أن تكون هادئة. لقد بدأنا نشعر حقًا أننا نعيش في نفس المدينة.
(Ethis ، 1997).

تقودنا كل تلك الخطابات حول مكان العرض السينمائي إلى ملاحظة مدى تدخل منطق المكان في تمثلنا للممارسة الثقافية. فسواء كانت تلك الممارسة متعلقة بالسينما أو بأي نزهة أخرى مرتبطة بالثقافة، نادرًا ما تكون تلك النزهة مقصودة لذاتها، ومقاربتها من منظور علم الاجتماع الحضري يسمح لنا جزئيًا بفهم أنماط الاحتياز الخاصة بها. منذ اللحظة التي تتخذ فيها الممارسة الثقافية قيمة بالنسبة للفرد، قد يجد نفسه، تبعًا لهذا الظرف أو ذاك، مدفوعًا إلى تبرير الممارسة المذكورة. وفي سبيله إلى ذلك هو يسعى إلى تحديد موقعها بالنسبة لمجموع الخطابات القائمة والقادرة على تبرير خياراته، إما بهدف طمأنة نفسه بالنظر إلى ما يعتبره أجهزةً ثقافية شرعية، أو على العكس، من أجل إظهار اختياراته كخيارات مستقلة. ومع ذلك يجب الانتباه إلى حقيقة وجود فجوة كبيرة إلى حد ما بين خطاب الأفراد وممارستهم الفعلية. فبسماع خطابات «السينيفيل» من أهل أفينيون، يمكننا بالفعل أن نصدق أن جمهور «يوتوبيا» وجمهور المجمع السينمائي يقعان على طرفي النقيض في أسلوب تعاطيهما للسينما، وأن كلًا منهما «متسق» تمامًا مع صورة المكان الذي يتردد عليه. يتعلق هذا الأمر فقط بالباحثين عن العروض الحصرية في هذه السينما أو تلك، بينما تثبت حركة التنقل بين المنشأتين أولًا، أن عشاق السينما قد أدركوا جيدًا الأنواع المختلفة من البرمجة المتاحة لهم والفرص المختلفة التي يمكنهم اغتنامها في أفينيون لمشاهدة أكبر قدر من التنوع في الأفلام. وبالتالي فإن الأمر لا ينحصر في إحصاء عدد الكراسي أو الشاشات المتاحة في منطقة أفينيون، بل بتنوع البرامج المرتبط بهذه المنطقة. هذا هو أحد الأسباب التي تفسر كون أفينيون نموذجًا لمدينة سينمائية، كما يؤكد برونو ماريسا Bruno Maresca المتخصص في السياسات الحضرية: كلما كان المعروض أكثر كثافة، وخصوصًا كلما زاد تنوعه، ازداد ارتياد السينما بشكل منتظم واتّخذت تلك الممارسة بعدًا ثقافيًا» .(Maresca: 2003, p. 142).

2.3 الديناميات الإقليمية الجديدة للسينما: المهرجانات، التفاعل الاجتماعي المنزلي والشاشات المتنقلة.

إذا كان الذهاب إلى السينما في أفينيون يتخذ بعدًا ثقافيًا يفسر جزئيًا حيوية هذا الفعل واستدامته، فذلك لأن المدينة تتزين كل عام في شهر يوليو بألوان المهرجان المسرحي العظيم الذي أنشأه جان فيلار Jean Vilar والذي يُعد أهالي أفينيون -إحصائيًا- هم أكثر مرتاديه. إذا كان مرور أكثر من ستين عامًا على وجود هذا الحدث الصيفي قد سمح بتثبيت العادات الثقافية التي تنتقل من جيل إلى جيل، فقد خلقت تلك السنون أيضًا توقعات لدى سكان المنطقة وكبار مستهلكي الثقافة. (Malinas: 2008) وللأسف، يصبح المعروض في المسرح والثقافة فقير نسبيًا بعد انتهاء المهرجان، ويتولد شعور بالفراغ الكبير بقية العام. السينما بالأساس هي ما يملأ هذا الفراغ الكبير، فقد كوّنت -في تناغم مع صورة المدينة المرتبطة أكثر بالمسرح، وفي شبه مفارقة- جمهورًا سينمائيًا متعطشًا له متطلبات سينمائية عديدة. في الواقع، إذا فحصنا مجموع الممارسات المتعلقة مباشرة بالسينما وليس فقط عروض القاعات، يمكننا تكوين مجموعة كاملة من الملاحظات التي تحتم علينا أن نضع في الحسبان ديناميات مكانية أخرى قادرة على إلقاء الضوء على تطور ممارسة السينما اليوم.

هكذا يمكننا رسم خريطة توضح «حركة السينيفيل» التي تظهر بين قطبين متباعدين: البعيد و«القريب جدًا». يعبر الأول عن التطور الكبير لحركة عشاق السينما باتجاه مدن المهرجانات التي تقدم لهم على مدار حدث منتهٍ، مجموعة واسعة من الأفلام ذات الموضوعات التي تجذبهم بشكل خاص: مهرجان الفيلم الخيالي، الفيلم القصير، الفيلم البوليسي، الفيلم النسائي، فيلم المثليين، فيلم الجبل، إلخ. تُظهر الاستطلاعات المختلفة التي أجريت بين المتفرجين في أفينيون أن من يذهبون إلى السينما أكثر من مرة واحدة في الأسبوع يقومون برحلة واحدة على الأقل تهدف إلى حضور مهرجان سينمائي كل ثلاث سنوات. وبالتوازي، طوّر جزء كبير من هؤلاء المتفرجين علاقة تتواكب مع تطور تقنيات العرض السينمائي المنزلي، مما يسمح لهم بالحفاظ على حالة «تقارب قصوى» مع أفلامهم المفضلة والتي أصبحت تتلون بشكل متزايد باختياراتهم الشخصية. تَظهر اليوم الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر والأجهزة اللوحية ووحدات التحكم في الألعاب مثل «البلاي ستيشن» PlayStation كنوافذ جوالة مفتوحة

على الخيال السمع-بصري الذي يمكننا استدعاؤه عند الرغبة. بهذا المعنى، يستحضر الكثير من المتفرجين الذين تم سؤالهم تلك العلاقة ذات الطابع الشخصي التي يقيمونها مع عالمهم الخيالي. تتحدث الفئة العمرية 15-45 بسرور أيضًا عن المكانة المتنامية التي تحتلها المسلسلات التلفزيونية -إلى جانب السينما- في هذا العالم. يوضح من جانبه صموئيل ب. (39 عامًا، مهندس بناء بالقطاع العام يعيش في أفينيون خارج الأسوار) أن حبه لبعض المسلسات يعمل كفعل «مقاومة حقيقية ضد منغصات الحياة اليومية»:

> «الغوص في المسلسلات التلفزيونية يشبه أخذ العطلة، نخرج من إيقاع الحياة اليومية، نجد شخصيات نحبها، نشاركها مغامراتها، نتعلق بها، تصبح أصدقاء لنا. الأسوأ من ذلك -وبسبب كثرة المشاهدة- يتكون لدينا أحيانًا شعور بتفهم حتى أكثر تلك الشخصيات انحرافًا. الدليل على ذلك هو أنني أتفهم رجلًا مثل «دكستر» Dexter، القاتل المحترف الذي يقتل المجرمين الآخرين. تجد السينما صعوبة متزايدة في منحنا هذه الأحاسيس .. بالإضافة إلى ذلك، فإنني مطمئن دومًا إلى أن Dexter الصغير الخاص بي [...] موجود معي. جهازي المحمول هو الهروب إلى داخل الجيب، في أي مكان وعندما أرغب».

لكن علاقة التقارب الشديد مع أفلامنا المفضلة لا تقتصر فقط على الشاشات الجوالة. فمنذ عام 2005، اتخذت السينما المنزلية مكانة متزايدة تدريجيًا لدى من يبلغون من العمر أكثر من 40 عامًا، من الذين أجريت معهم مقابلات في أفينيون. وفي 2009، أصبح لدى 53٪ من الأسر في المدينة هذا النوع من الأجهزة. في بادئ الأمر خشي أصحاب حقوق الاستغلال من منافستها لقاعات السينما، لكن السينما المنزلية عززت في الواقع من ممارسة «السينيفيليا» بتمكيننا من مشاهدة أفلام استمتعنا بها من قبل في السينما وسمحت بأن نشاركها مع أحبائنا.

بالإضافة إلى أن هذه الممارسة قد صاحبها تراكم لأقراص ال DVD أو ال Blu-ray وأشرطة الفيديو القديمة، وتكاثرت الاشتراكات في القنوات

المتخصصة والفيديو حسب الطلب، التي قضت تدريجيًا على ارتياد نوادي فيديو المدينة. ومع ذلك، ينظر الزبائن القدامى لنوادي الفيديو بحب ونوستالجيا إلى تلك الأماكن التي كانوا يترددون عليها ثم اختفت، إذ كانت تتمتع بميزة مزدوجة بالغة الأهمية: كانت أماكن للتفاعل الاجتماعي حيث يدور فيها الحديث عن الأفلام المرشحة للمشاهدة، وكانت تحتوي أيضًا على رفوف للعرض تتراص عليها الأفلام، مما يتيح لنا أن ندرك بصريًّا كل ما شاهدناه بالفعل وكل ما لا يزال يتعين علينا مشاهدته.

إن أساليب استطلاعات الرأي التي تركز على الممارسة السينمائية كممارسة حضرية تسمح بطبيعة الحال أن يتم تطبيقها في مدن أخرى غير أفينيون. فهي تتيح تسليط الضوء على الديناميات الإقليمية للممارسات الفعالة والضرورية لفهم كيف «تُصنع» جماهير السينما في الزمان والمكان.

الفصل 3
العرض السينمائي

كيف نفهم فيلم السينما عندما نشاهده من منظور عالم الاجتماع؟ بالنسبة للكثيرين ليست السينما -وبغض النظر عن نوعيتها- سوى وسيلة للترفيه تقدم إلى الجمهور داخل منشأة متخصصة تسمي «دار السينما»: «شيء ما موجود ضمن بانوراما واسعة ينتهي الأمر بأن يتوه بينها: هي إحدى الوسائط المتعددة؛ واحدة من الهياكل الصناعية العديدة؛ أحد الأماكن الكثيرة التي تكشف فيها الثقافة عن نفسها (Casetti: 1999, p. 123). بالنسبة لآخرين مثل كريستيان ميتز Christian Metz مؤسس سيميولوجيا السينما، يمكننا تعريف فيلم السينما على أنه نتاج نوع من اللغات، شريطة ألا يقتصر بالطبع فهمنا لِلُّغة على أنها فقط نظام للإشارات الهادفة للتواصل.

لفهم أي فيلم، نقوم في الواقع باستخدام عدد كبير من «البنى الدلالية» المتعلقة بإدراكنا الحسي وخيالنا وعلاقتنا بالصور وموقعنا الاجتماعي والفكري والأيديولوجي. «البنى الدلالية» ترتكز هي نفسها على «كل ما يقال في الأفلام [التي تصل إلينا] والكيفية التي يقال بها». وبما أن أفلام السينما «تقول شيئًا ما»، فقد يتساءل عالم الاجتماع إلى أي مدى يتحدث هذا «الشيء» عن المجتمع. وبالتالي يمكن النظر إلى الفيلم على أنه «وثيقة ثقافية» و«مصدر للمعلومات» عن المجتمع الذي أنتجته. يوضح كلّ من جورج فريدمان Georges Friedmann وإدجار مورين Edgar Morin -من خلال مساهمتهما في مجلة *Revue internationale de filmologie* التي يعود تاريخها إلى عام 1955- أن «أي فيلم حتى لو كان فيلمًا فنيًا أو خياليًا، حتى لو كان موضوعه يدور عن الأحلام أو السحر، يجب التعامل معه على أنه موضوع له [خصائص] قادرة على تسليط الضوء على المناطق المعتمة في مجتمعاتنا، وهي المناطق التي تشكل ما نسميه بعبارة أخرى تمثيلات، خيال، أحلام أو وجدانًا جمعيًا» (Friedmann, Morin: 1955, p. 23) تكمن المسألة إذن في تحديد طبيعة التمثيل السينمائي وفقًا لما يمكن أن نطلق عليه «درجة واقعيته»، أي تحديد موقعه بين الواقع الأكثر واقعية والصنعة الأكثر إحكامًا. هذا السؤال الذي ارتبط بالسينما منذ بدايتها خَلَق مواجهة بين المخرجين أنفسهم في مفهومهم لما يجب أن يكون عليه الفن السينمائي؛ نتذكر أول الخلافات التي تَواجه فيها لومير

-وهو المؤيد لسينما «تنقل الواقع»- وميليس Méliès -الذي كان يصنع أفلاما خيالية تنتمي لعوالم الأحلام. من المؤكد أن هذه القضية لن يتم حلها في الصفحات التالية، ولكن من الضروري أن نضع في الحسبان كونها تشكل نوعًا من الخلفية الثابتة للقضايا الاجتماعية المختلفة المرتبطة بفيلم السينما والتي سيتم التعرض لها في الجزء الأول من هذا الفصل. الجزء الثاني سوف يخصص لتحديد ودراسة الطريقة التي تعمل بها ثلاثة أوجه «موضوعية» للسينما و«ذات بنية خاصة» يمثلها النجم والنوع والرقابة. يهتم علم الاجتماع بشكل مباشر بتلك الأشكال لأنها تميز الفن السينمائي من حيث سعيه لـ«إنتاج معنى» فوري بالنسبة للمجتمع الذي يتوجه إليه.

1. التساؤل عن «طبيعة الفيلم»: بين الحقيقة والخيال

1.1 علم الاجتماع «البراجماتي» لسيجفريد كراكور Siegfried Kracauer: الأفلام كانعكاسات للمجتمع

في عام 1960 تم نشر كتاب «**طبيعة الفيلم**» *Nature of film*، وهو العمل ذو الطابع الأكثر نظرية من بين أعمال سيجفريد كراكور Siegfried Kracauer (1889-1966)، عالم الاجتماع والمؤرخ المعروف أولًا بكتابه «من كاليجاري إلى هتلر» *De Caligari à Hitler*، وهو الكتاب الذي يقدم دراسة حالةٍ مشهورة، ويعود تاريخ نشره إلى عام 1946، وقد صدرت ترجمته الفرنسية في عام 1973. وعادة ما يتم تلخيص هذه الدراسة من خلال فكرة مؤداها أن المؤلف طور فرضية أن «كابينة الدكتور كاليجاري» *Le Cabinet du Docteur Caligari*، فيلم روبرت وين Robert Wiene الذي صدر في ألمانيا عام 1919، يعبر عن الإنتاج السينمائي الذي سيصاحب وصول هتلر إلى السلطة. لكن تظل هذه المقاربة صعبة الفهم، إذا لم نأخذ بعين الاعتبار وجهة النظر الاجتماعية التي يفكر بها الكاتب.

من خلال اتخاذ السينما موضوعًا للبحث، يأمل سيجفريد كراكور في تعزيز معرفته بـ«الاتجاهات النفسية العميقة» التي تسود مجتمعًا ما في لحظة من تاريخه. يهتم بالتالي كتاب كراكور -الذي يقدم أوجه تشابه كبيرة جدًا مع كتاب ماكس فيبر Max Weber في علم اجتماع الموسيقي- بالسينما باعتبارها «مُرَشِّحًا» يضعه أولئك الذين يصنعون الأفلام على

واقع، لا تمثل تلك الأفلام سوى إحدى انعكاساته العدة. بالنسبة إلى كراكور، الفيلم فيلم قبل كل شيء، لأنه يستفيد من جميع إمكانيات التعبير السينمائي. ويظهر تفرد السينما مقارنة بجميع أشكال التعبير الفني الأخرى في ذلك التوتر الدائم والصراع المستمر بين نزوعها إلى تجاوز الوقائع اليومية، في حين تظل تلك الوقائع تلقي بظلالها على عملية إخراج الفيلم. وهكذا فإن حتى أكثر القصص السينمائية بعدًا عن الواقع، بديكوراتها الخيالية وممثليها بأزيائهم الغريبة وحواراتها المليئة بالمبالغات إلى أقصى الحدود، تحمل تعبيرات قادرة على تمييز ثقافة ما وعصر ما. تندرج هذه التعبيرات تحت ما يسميه كراكور بـ«عقلية الأمّة» ويمكن مساءلة الأفلام عن هذه العقلية لسببين:

«أولاً، لم تكن الأفلام أبدًا منتجًا فرديًا [...]. فبتَتبُّع لقطات فيلم من تأليف G. W. Pabst في الاستوديوهات الفرنسية في جوينفيل Joinville، لاحظت أنه أخذ في الاعتبار مقترحات التقنيين بشأن تفاصيل الإخراج وتوزيع الإضاءة. أخبرني بابست G. W. Pabst أنه يعتبر تلك المقترحات قيّمة إلى أبعد الحدود. فبقدر ما تجسد كل وحدة من وحدات إنتاج الفيلم مزيجًا من اهتمامات وميول غير متجانسة، يميل العمل الجماعي في هذا المجال إلى استبعاد الاستخدام الاعتباطي للمواد السينمائية، وذلك بإلغاء الخصائص الفردية لصالح العناصر المشتركة بين عدد كبير من الأشخاص.

ثانيًا ، تتوجه الأفلام نفسها لجمهور مجهول الهوية وتناشده. وبالتالي يمكن اعتبار أن الأفلام الشعبية -أو لنكن أكثر دقة ونقول القصص الشعبية- هي تلك التي تُرضي رغبات الجماهير. وقد أبدى البعض أحيانًا ملحوظات مؤدّاها أن هوليوود قد تمكنت من بيع أفلام لم تحقق للجماهير ما تريده فعليًا [...]. بالطبع يحصل الجمهور الأمريكي على ما تريد هوليوود له أن يريده؛ ولكن على المدى الطويل يمكن للجمهور أن يكون هو من يحدد طبيعة إنتاجات هوليود. (Kracauer : 1973, p. 5-6)

سيكتب كراكور أول مجموعة من نصوص تاريخه الاجتماعي أثناء عمله ناقدًا سينمائيًا من 1920 إلى 1933 في صحيفة فرانكفورتر زايتونج *Frankfurter Zeitung* الألمانية اليومية. وبالإضافة إلى مراجعاته السينمائية، فقد كتب في عام 1929 لنفس الصحيفة عشرات النصوص المخصصة لـ «علم اجتماع الطبقة المتوسطة في برلين»، وبشكل أكثر تحديدًا الموظفين، حيث درس بالتفصيل ظروف معيشتهم واستخدامهم لوسائل النقل (من المصانع إلى مكاتب التوظيف) وظروف عملهم. وصف تحولهم التدريجي لطبقة البروليتاريا. فبعد أن أجرى معهم العديد من المقابلات حول مهنتهم، التقى بأصحاب العمل لعمل مسح عام عن عالم العمل. وتداخل بشكل حميمي مع هذه الطبقة الوسطى، وذهب إلى حد الاطلاع على المراسلات الخاصة بهم، كلما أتيحت له الفرصة. شارك هؤلاء الموظفين أوقات فراغهم، إذ رغب في فهم حالتهم المزاجية بشكل موسع، خاصة من خلال مرافقة العائلات إلى السينما وجمع انطباعاتها في نهاية العروض. وغني عن القول أن هذا العمل، الذي يدخل في إطار ما يوصف اليوم بأنه علم اجتماع «شامل»، سينضم في عام 1933 إلى المحرقة التي أقامها النازيون لكتب شجبوها ووصفوها بأنها تخريبية. على مدى ثلاثة عشر عامًا، ستقدم مقالات كراكاور الدورية، أسبوعًا تلو الآخر الإنتاج السينمائي، من خلال بيان سياق هذا الإنتاج عن طريق وصف عالم الجماهير التي تتلقاه، وذلك حتى وصول هتلر إلى السلطة.

علينا أن نفهم عندما نقرأ كراكور أن ما يشكّل أساس تحليله هو هذه النظرة التي تروح وتجيء بين الفرضيات التي يبنيها عن المجال الاجتماعي الذي يعرفه تمام المعرفة، والطريقة التي يمكن بها للأفلام، وفقًا له، أن تطرح التساؤلات التي تؤكد فرضياته. تدقيقنا هذا ضروري، لأن العديد من القراءات السريعة لكتابه «**من كاليجاري إلى هتلر**» تشير إلى أنه ينطلق من الأفلام لاكتشاف الاتجاهات النفسية المصاحبة لظهور النازية. بينما الحال ليس كذلك، إذ إنَّ الفيلم لا يأتي عند كاركور إلا كعنصر لتأكيد فرضياته. بهذا المعنى، هو يسعى جاهدًا لتعقب التفاصيل التي تبدو غير ذات أهمية في الأفلام والمُكمّلة للقصة ذاتها: لقطات مقربة لكيفية اللعب بالأصابع، كيفية المصافحة، كيفية البحث عن شيء ما غائب .يلاحظ كراكور أن هذه التفاصيل تتكرر من فيلم إلى آخر، وتعمل كموتيفات حقيقية تشكل «أعراضًا» يمكن التعرف عليها في كل الأعمال، سواء كانت أعمالًا قد حققت نجاحًا كبيرًا أو تلك الأفلام ذات الشعبية الأقل، »من أفلام الفئة ب

أو الأفلام ذات الإنتاج الضخم». (Kracauer: 1973, p. 8) تفرض السينما نفسها كشهادة اجتماعية لأنها تسمح بتتبع تلك الأشكال الصغيرة المتكررة غير القابلة للملاحظة خارج إطار الوساطات الفيلمية، ومن هنا يمكن استخدامها كوثيقة تاريخية. يقوم كراكور بشكل ممنهج بإجراء تحليل مدقق -باتباع ترتيب زمني- لأكثر من مئة فيلم، بهدف الوقوف على هذه الأشكال المتكررة في الهياكل السردية، وفي مواصفات الشخصيات، وفي الإخـراج. بأي طريقة يتم التعبير عن هذه الأشكال؟ بشكل مستتر، من خـلال الاخـتـيـارات الـتي تفرض نفسها في السيناريوهات في تعبيرها عن الاستبداد والفوضى، وعن التمرد الذي دائمًا ما يكون باطلًا، ومن خلال التصوير الممنهج لممثلي الطبقة الوسطى على أنَّهم غير ناضجين وعاجزون.

كمثال، يمكننا أن نذكر فيلم «آخر الرجال» *The Last of Men* الذي أخرجه فريدريش مورناو Friedrich W. Murnau في عام 1924. يصور هذا الفيلم بوَّاب القصر الذي يفتخر بوظيفته، ولكن بسبب تقدمه في العمر، سيتم إقصاؤه إلى البدروم. يطلب منه تبديل زيه الجميل بزي عامل نظافة بالمراحيض. رأي الكثيرون أن هذا الرجل الذي تم تجريده من القيمة هو رمز لاواعٍ لألمانيا المُهانة. من جانبه، يهتم كراكور بالحارس الليلي، وهو شخصيةٌ ثانوية للغاية، الذي يدخل «المراحيض المظلمة» لكي يغطي بحنانٍ البوابَ السابق ببطانية. »هي لفتة مؤثرة تعبر عن التضامن بين حطامين بشريين -لكنها مع ذلك لا تغير من الأمر أي شيء.« (Kracauer : 1973, p. 110). سيقارن عالم الاجتماع هذه «الحركة البسيطة» بلا مبالاة اثنين من أبطال فيلم «الملاك الأزرق» *The Blue Angel* للمخرج جوزيف فون ستيرنبيرغ Josef von Sternberg : في هذا الفيلم، نتتبع مُهرِّجًا في فرقة من الفنانين وحارسَ مدرسةٍ يقفان بعيدًا عن الأحداث التي يتسبب فيها سلوكُ مجموعةٍ من الشباب تتملكهم قسوة تفتقر إلى النضج: »كلاهما يحضر الواقعة لكن لا يشارك. مهما كان شعورهما هما حريصان على عدم التدخل. في استسلامهما الصامت تعبير عن سلبية العديد من الناس في ظل النظام الشمولي.« (Kracauer : 1973, p. 245)

على مدار دراسته وكلما تتاح له الفرصة، يستدعي كراكاور الاعترافات التي أدلى له بها مخرجو الأفلام، لتأكيد فكرته عن أن وعيهم السياسي يحركهم ويبرر ألعاب الصورة التي تنتظم بقدر من الوعي في عملية الإخراج السينمائي:

«حكى لي فريتز لانج Fritz Lang أنه في عام 1930، وقبل بدء إنتاج فيلم «إم القاتل» *M* ظهر مقال في الصحافة يعلن عن العنوان المؤقت لفيلمه الجديد - *Mörder unter uns* (القاتل بيننا). تلقّى بعدها على الفور العديد من رسائل التهديد، والأسوأ من ذلك، تلقّى رفضًا فظًّا لطلبه باستخدام استوديو ستاكن Staaken لتصوير فيلمه. «ما هي أسباب هذه المؤامرة غير المفهومة ضد فيلم عن قاتل الأطفال كورتن دي دوسلدورف Kürten de Düsseldorf؟» سأل لانج مدير الاستوديو واليأس يستبد به [...]. ثم فهم لانج. في حديثه إلى الرجل، أدرك أن العنوان تم تفسيره بشكل معكوس على أنه تلميح للنازية: «القاتل بيننا»؛ خشي الحزب أن يتعرض لخطر الزج به في ذلك. أضاف لانج قائلًا» :في ذلك اليوم، نضجت سياسيًّا» .
(Kracauer :1973, p. 245)

إذا أردنا وصف منهج كراكور، يمكننا القول أنه يتماثل مع علم اجتماع براجماتي للسينما يقدم تحليل المحتوى كما نفهمه اليوم. وقد ألهم دراسات أخرى مثل تلك التي قام بها جورجيو جالي Giorgio Galli وفرانكو روزيتي Franco Rositi حول «ثقافة الجماهير والسلوك الجماعي» (1967)، حيث يقارن الكاتبان سينما ما قبل النازية مع السينما الأمريكية التي أُنتجت في نفس الفترة. إن دراسة مارثا ولفنشتاين de Martha Wolfenstein وناثان لايتس Nathan Leites (1950) حول الصورة السينمائية عن العلاقات الوجدانية بين الرجال والنساء، الآباء والأطفال، الضحايا وجلاديهم، في الإنتاج المقارن للأفلام الأمريكية والإنجليزية والفرنسية تعتبر صدى أيضًا لمنهج كراكور. كذلك، توضح الدراسة الشهيرة التي أجرتها مولي هاسكل Molly Haskell، «من الانحناء إلى الاغتصاب» *From Reverence to Rape* والتي تُرجمت إلى الفرنسية تحت عنوان «المرأة على الشاشة» *La Femme à l'écran* (1977)، كيف تروج الأعمال السينمائية لنمط معين في تمثيل النساء وكيف تتطور هذه التمثيلات بمرور الزمن. لا تقل أطروحة مولي هاسكل أهمية عن أطروحة كراكور لأنها تهدف إلى الكشف عن الكيفية التي تُستخدم بها السينما -بشكل طبيعي- لخدمة أيديولوجية معينة، تتعلق في ذلك السياق بالحفاظ على التفوق الأساسي

لوضع الرجل بالنسبة للمرأة في أفلام هوليوود. بالنسبة إلى هاسكل، ترافق السينما الأمريكية الحلم الأمريكي كأداة دعاية أصيلة، حتى لو كانت المرأة، وبشكل مفارق، تظهر في كثير من الأحيان كشخصية أكثر ذكاءً ومكرًا من الأبطال الذكور. الأسوأ من ذلك، أن هذه البراعة هي بالضبط ما يدفعها إلى الخضوع للرجال في نهاية القصص، من خلال تجسيد متناغم للصور النمطية والقيم الدارجة لنظام أخلاقي محافظ يدعم هذه الأفلام[1].

قدمت الإشكالية التي طرحها كراكور -إلى جانب ما قدمته إلى علماء الاجتماع الذين يدرسون تمثيلات الصورة- نموذجًا للمؤرخين، مثل مارك فيرو Marc Ferro الذين كرسوا جزءًا كبيرًا من عملهم لدراسة العلاقات بين السينما والتاريخ. استمرارًا للخط الذي رسمه كراكور، يعيد كتاب فيرو «السينما والتاريخ» (1977 *Cinéma et histoire*) طرح فكرة كراكور وصقلها بإظهاره أنه يمكن للفيلم أن يلعب دور المؤشر بالنسبة لمعضلات المجتمع وعملياته الديناميكية وطريقته في أن يشكل جزءًا من التاريخ. بالنسبة للمؤرخ، يمكن اعتبار السينما التي تشكل مؤشرًا بمثابة شهادة اجتماعية من خلال سبل ثلاثة:

- محتواها: القصص المصورة هي اختيارات كاشفة عن الصورة الذي يثمنها المجتمع في تمثيله لذاته، ولكنها كاشفة أيضًا عن زلاته وتناقضاته؛
- أسلوبها: تكشف الاختيارات التقنية، التي يتم اللجوء إليها للتصوير والتوليف ووضع شريط الصوت وإعطاء العمل شكله، عن اختيارات جمالية ذات دلالات أو على الأقل «قابلة للتفسير»؛
- طريقتها في التأثير على المجتمع نفسه: تتمكن بعض الأفلام من تعبئة المتفرجين، وكذلك من إثارة الانزعاج تبعًا لطريقة قراءتنا لها. فيمكننا ملاحظة التفسيرات المختلفة للعمل السينمائي من منظور تاريخي، وهي اختلافات دالة على الركيزة الأيديولوجية السائدة في مجتمع ما في لحظة معينة من تاريخه.

(1) حول هذا الموضوع، انظر أيضًا المساهمات الحديثة في مجال دراسات النوع الاجتماعي (Sellier: 2005).

1.2 إدجار مورين: نحو علم اجتماع للسينما يقع بين الواقع والخيال

فهمنا أن سيجفريد كراكور يعتبر أن أي فيلم -بداية من أكثر الأفلام واقعية إلى أكثرها إظهارًا للصنعة- فيلمًا وثائقيًا يعبر عن الفضاء الاجتماعي، نفسره بهدف فهم الاتجاهات النفسية للعالم الذي يحيل إليه والتي تنعكس عليه. بالنسبة لعالم الاجتماع الشاب إدجار مورين Edgar Morin -الذي يعود تاريخ أعماله الأولى إلى الخمسينيات من القرن الماضي- تختلف تمامًا طبيعة الفيلم عن ذلك، وبالتالي تختلف كذلك طبيعة الإنتاج السينمائي: ليس الفيلم انعكاسًا مباشرًا للفضاء الاجتماعي، لكنه موضوعٌ يجب تحليله لذاته يتصادم فيه اليومي والخرافي، الحقيقة والوهم، الواقعي والخيالي. لذا يمكننا أن نتحدث هنا عن «الطبيعة المزدوجة» للفضاءات السينمائية التي تقع عند مفترق الطرق بين الواقع والخيال، إذ يشكلان في تناغم، المادة التي يتغذى عليها الفيلم.

يمكننا أن ندرك هذه «الطبيعة المزدوجة» الموجودة بشكل خفي في كل الأفلام، كما يفعل فرانسوا تروفو François Truffaut معبّرًا عمَّا بها من تضاد، وذلك عندما يجد نفسه يقف ممثلًا في فيلم لستيفن سبيلبرج Steven Spielberg عند تصوير «لقاءات من النوع الثالث» *Close Encounters of the Third Kind*

> يقول تروفو: «أعتقد أن نجاح «اللقاءات» مثل نجاح الأفلام التي صنعها سبيلبرج بعد ذلك، يأتي من موهبته الخاصة التي تتجلى في قدرته على منح المعقولية للأشياء غير العادية. إذا قمت بتحليل الفيلم، سوف ترى أن سبيلبرج اهتم بتصوير جميع مشاهد الحياة اليومية بطريقة تمنحها بعدًا غرائبيًا إلى حد ما، بينما أعطى من ناحية أخرى أكبر قدر ممكن من الطابع اليومي للمشاهد الخيالية. (Truffaut : 2000, p. 67)

وفقًا لمورين، وفي ضوء هذا التشابك بين الحقيقي والخيالي المتأصل في الفن السينمائي منذ بداياته، يجب علينا تحليل السينما لكي نفهم

كيف تمارس قدرتها على إثارة هذا الافتتان لدى مشاهديها. سينشر مورين عملين متتاليين يطور فيهما منهجه الاجتماعي/الأنثروبولوجي: «النجوم» *Les Stars*، في عام 1957 -سنعود تحديدًا إلى ملامح النجم في الجزء الثاني من هذا الفصل- وقبلها بعام، سينشر «السينما أو الإنسان المتخيل» *Le Cinéma ou l'Homme imaginaire*. يسير مورين بشكل مستقيم على الدرب الذي خطّه الفيلسوف جان إبشتاين Jean Epstein، والذي يعتبر السينما فنًّا »قادرًا على تجاوز التضاد القديم بين الروح والمادة، الشكل والحركة، المكان والزمان، الذات والموضوع، الداخل والخارج، الصدفة والحتمية، قادر على إعادة إحياء وحدة الجسد والذهن. اللقطة القريبة جدًا هي الروح المرئية للأشياء، النور الفلسفي، الفضاء المترع بالحب. يقول إبشتاين: «لكن السينما التي نعرفها لا تزال لا شيء». (Ishaghpour : 1995, p. 835) يقيس إبشتاين ومن بعده مورين -مثل الكاتب والشاعر بيلا بالاز Béla Balázs- تأثير ما يسميه جان-لويس بودري Jean-Louis Baudry، عالم السميولوجيا، «أثر السينما» (بودري: 1978)، في بناء مقدمة الكادرات واللقطات المقربة التي تعكس جزءًا غير متوقع من الحقيقة الإنسانية. ولكن لن ندرك بالضرورة للوهلة الأولى كيف يتشكل هذا «الجزء غير المتوقع من الحقيقة الإنسانية» من وجهة نظر إدجار مورين، إذا لم نكن نعرف أن الأطروحات التي كانت سائدة عن السينما في فرنسا، عندما ظهر كتاب «السينما أو الإنسان المتخيل»، هي تلك التي خلص إليها أندريه بازين André Bazin منذ نهاية الحرب العالمية الثانية، والتي جمعها في مؤلفه الشهير «ما هي السينما؟». هذه الأطروحات هي بالتحديد ما كان مورين يسعى لمناقشته، وعلى وجه الخصوص واحدة أساسية من بينها، بموجبها تعتبر السينما هي نقطة النهاية في مشروع استبدال العين البشرية بالعين الفوتوغرافية كما يري بازين:

> «للمرة الأولى لن يقف شيء ما بين المادة الأَصلية وتمثيلها سوى مادة أخرى. لأول مرة، تتكون أوتوماتيكيًا، وفقًا لحتمية صارمة، صورةٌ للعالم الخارجي دون تدخل إبداعي من الإنسان [...]. ولأول مرة، تعكس صورةُ الأشياء الزمنَ الخاص بها، وتحفظه وكأنها تحنيط للمتغير». (A. Bazin : 1985, p. 14-15)

في حين يرى بازين أن عين الراصد لا تتدخل، يرى مورين على العكس من ذلك، أن هذا الراصد قادرٌ بفضل السينما على لعب دور جديد تمامًا. فهذه العين الفوتوغرافية هي الوحيدة القادرة على «تجسيد» الظلال التي تتشكل منها جميع الصور، وذلك بإعادة شحنها بالإحساس بالواقع. هذه الحقيقة ممكنة فقط -وفقًا لمورين- لأن العقل البشري لديه ميل أساسي لتجسيد الظلال ومنه »يتأتى الإيمان بتلك الظلال غير المادية بالتأكيد، وإن كانت ظلالًا متجسدة .« (Morin: 1958, p. 64-65) تفرض الصورة الفوتوغرافية نفسها بوصفها قرينًا يُثَبِّت الموضوع الذي تمثله في حضور ممتد، تكون فيه قادرة على أن تحل أحيانًا محل هذا الموضوع إلى الحد الذي تتحول معه إلى تعويذة، صنم، بل مادة معبودة. إن الخصائص التي نسبغها على الصورة الفوتوغرافية تنبع في الواقع من الذهن الذي يعكس تلك الخصائص عليها ويغرسها فيها. وبالتالي، فإن أهم الخصائص التي ننسبها إلى الصورة الفوتوغرافية تنبع بالأساس من ذاتيتنا التي يتمكن النظرُ مِنْ أنْ يسكنها داخل الصورة. يعزز سينماتوجراف الأخوين لوميير من مساحة الذاتية تلك، حيث يدفع من يشاهد الفيلم إلى التركيز والالتصاق أكثر بصورة غدت تسحب هذا المشاهد داخل نظام اكتسب خصائص مكانية وزمنية جديدة، من خلال إغراقه في ظلام قاعة العرض ونقل الصورة من وسيط صغير يمكن التحكم فيه -خام الصورة- إلى وسيط كبير بعيد -الشاشة- وهو ما يعزز من لاماديتها. وإذا ما تم ضبط زمن السينماتوجراف ليصبح متوائمًا تمامًا مع الزمن الخطي الحقيقي، فإن المونتاج، الذي »ينقح ويفتت الخطية «يولف »أجزاءً زمنية وفقًا لإيقاع معين، ليس هو إيقاع الحدث، إنما إيقاع صورة الحدث. [و يستشهد موران بجان إبشتاين، فيقول: «ما يحدث في عشر ثوانٍ، يمكنك إبقاؤه على الشاشة لمدة مئة وعشرين ثانية». (Morin: 1958 ، ص 64-65). بالإضافة إلى ذلك، نجد «الحِيَل» التي تدخل في آليات صنع أفلام جورج ميلييس «الخرافية» وتلك التي يستخدم فيها السحر، والتي تبدو لمورين امتدادًا لواقعية الأخوين لوميير أكثر من كونها متعارضة معها. تساهم تقنيات المزج والتصوير السريع والاختفاء والتصوير البطيء والتحولات التي تستغرق نفس الزمن الحقيقي في تعزيز الحس السحري القادر على إثارة افتتان المُشاهد ولا سيما سحبه في تدفق الفيلم، مع دمج هذا التدفق في التيار النفسي للمتفرج.

> «يحمل الفيلم في طياته ما يوازي الدافع أو المحفز على المشاركة الذي يُحاكي تأثيرات هذا الدافع بشكل استباقي. فنيابة عن المتفرج، يقوم هو بمهمته النفسانية ويرضيه بأقل تكلفة، إذ يؤدي الفيلم دور آلة مساعدة تدفع للمشاركة. الفيلم آلة للعرض والتماهي» (Morin: 1958، p. 107-108).

يعد الواقع السينمائي واقعًا مؤسّسيًا واجتماعيًا، لأنه اخترع بالتوازي مع اختراع جماهيره. يعمق إدجار موران -أحيانًا بشكل صريح وأحيانًا بشكل ضمني- ما يراه مؤسسة للخيال الاجتماعي، وذلك من خلال استكشاف البعد الخيالي للسينما الذي يميز هذا الفن من وجهة نظره عن المواد الفنية والثقافية الأخرى. تربط أسئلته دائمًا بين أشكال المنطق الاجتماعي وسينما ينظر إليها في مجملها المؤسسي. بهذا المعنى، عندما يتساءل موران عما يكون هذا «الاحتياج» إلى السينما الذي يدفع قطاعًا كبيرًا من الناس للدخول إلى قاعة السينما «للاستمتاع» بتلك القصص المعروضة على الشاشة الكبيرة، فهو يساوي بين السينما و«آلة اجتماعية» تطمح إلى تحقيق العالمية في استهلاك الأفلام، لكنها لا تنجح في ذلك لأسباب تتعلق إلى حد بعيد بالمجتمع نفسه. أول هذه الأسباب يرجع إلى حقيقة وجود سلوكيات ومواقف خاصة عديدة تتعارض مع هذه العالمية، وراء هذا الكيان الفريد المتمثل في فكرة «الجمهور»؛ إما بسبب رفضه للسينما، أو لأن السينما «تستنفذ السحر الخيالي» الذي يقودنا بانتظام إلى التردد عليها. السبب الثاني يرجع إلى وجود تفاوتات اجتماعية عميقة تعوق إمكانات «إشباع» الرغبة في السينما. حتى إذا كانت صورة الجمهور السينمائي التي تنبثق من توصيفاته قد تتسم أحيانًا بعموميات مُخِلّة، إلا أن ما يظل مفيدًا في نهج إدجار موران، حتى يومنا هذا، هو التساؤل عن دور النظم والإيقاعات التي تحرك آلة السينما وتجعل منها مؤسسة في حد ذاتها.

سيتبنى باحثون آخرون، مثل إيان جارفي Ian Jarvie، فكرة المؤسسة للتأكيد على أهمية دراسة السينما في كليتها الاجتماعية بدلًا من الاقتصار على دراسة جمالياتها فقط. في كتابه «**نحو علم اجتماع للسينما**» (*Toward a Sociology of Cinema* (Jarvie : 1970 يذهب المؤلف إلى حد إظهار كيف أن الأحكام الجمالية مشروطة بأسسها الاجتماعية، وأنها

بعيدة كل البعد عن كونها أحكامًا مستقلة، وأن إدراك السينما باعتبارها مؤسسة هو وحده ما يسمح لنا بفهم معنى تلك الأحكام اليومية عن ماهية الجميل وغير الجميل. يقول جارفي إن أحكامنا لا تصبح مفهومة إلا إذا حاولنا الإجابة بشكل مسبق على هذه الأسئلة الأربعة التي تشكل منهجه الاجتماعي النقدي للسينما:

- من يصنع الأفلام؟ ولماذا؟
- من يرى الأفلام؟ وكيف؟ ولماذا؟
- ماذا نرى؟ وكيف؟ ولماذا؟
- كيف تُقيَّم الأفلام؟ ومن يقيّمها؟ ولماذا؟

من خلال النهج المؤسسي، سيحاول الكثيرون بعد مورين وجارفي تكوين نظرة شاملة عن الظاهرة السينمائية وجماهيرها بوصفها عملية اجتماعية[1]. سيعمل مورين من جانبه على بناء تطابق بين فكرة «المؤسسة» وفكرة «الخيال» لكي يجعل من السينما مؤسسة للخيال بامتياز. هذا الخيال هو الذي يسمح لنا بملاحظة الجانب الآخر من العالم الحقيقي. »الخيال هو ما وراء الحياة متعددة الوجوه والأبعاد، وبداخله نحن جميعًا مغمورون. إنه المبدأ الافتراضي اللامتناهي الذي يصاحب ما هو راهن، بمعنى أنه فريد ومحدود ومنتهٍ في الزمن. هو البنية المضادة والتكميلية لما يُقال إنَّه حقيقي، وبدونها لن يكون هناك حقيقة للإنسان، بل أكثر من ذلك لن يكون هناك حقيقة إنسانية». (Morin:1958, p. 84) وبينما يرى كراكور أن السينما توثيقية وأنها تعكس وضع العالم الحقيقي، يعرفها مورين كقطب يسكن الخيال بشكل كلي، «مرآة أنثروبولوجية» يمكننا من خلالها رؤية أحلامنا، لأنها «تنعكس على المادة الحقيقية. أخيرًا وللمرة الأولى، تُعرض أحلامنا وتتحول إلى مادة [بفضل السينما]، وذلك عن طريق الآلة، في تشابهها مع تلك الأحلام التي يتم تصنيعها والتشارك فيها بشكل جماعي [...]. علينا أن نحاول مُساءلتها من جديد -أي أن نعيد دمج الخيال في واقع الإنسان» .(Morin: 1958، p. 221)

(1) . يمكننا الاستفادة من أعمال جان بول سيمون J.-P. Simon وأ. كوستا A. Costa وكريستيان. ميتز C.Metz وروجيه أودين R. Odin الذين طوروا، كل في مجال تخصصه، الواقع السينمائي كواقع مؤسسي.

1.3 بدائل للواقعي والخيالي: طريق المناهج الجديدة في علم اجتماع السينما

في عام 1977، نشر عالم الاجتماع بيير سورلين Pierre Sorlin أول كتاب في فرنسا يحمل صراحة عنوان «**علم اجتماع السينما**». الطموح الأول لهذا الكتاب التأسيسي هو تكوين حساسية لدى القراء لأهمية ما يمثله تحليل السينما بالنسبة إليهم. كان بيير سورلين يفكر على وجه الخصوص في المؤرخين الذين اعتادوا التعامل مع النصوص أكثر من تعاملهم مع الوثائق السمعية والبصرية. من المهم هنا التأكيد على أنه بجانب الانقلاب النظري الكبير الذي حققه كتاب «السينما أو الإنسان الخيالي» لإدجار مورين في عام 1958، والذي استهدف فرض مقاربة جديدة للسينما من خلال العلوم الاجتماعية، نذكر أن الدراسات الاجتماعية والتاريخية للسينما التي سادت في فرنسا حتى بيير سورلين، قد تشكلت من خلال التراث الموسوعي لجورج سادول وجان ميتري مؤرخي السينما وناقديها.

نشأ تساؤل بيير سورلين عن كيفية النظر إلى «طبيعة الفيلم» -وكذلك الأمر لدى جان-بيير إسكينازي Jean-Pierre Esquenazi كما سنرى لاحقًا- كبديل للنظريات التي ترى السينما بوصفها «وجودًا كليًّا حقيقيًّا» أو «وجودًا كليًّا خياليًّا». إن ما تبرزه السينما أولًا بالنسبة لبيير سورلين، هو طريقة للنظر.

> «تسمح السينما بالتمييز بين المرئي وغير المرئي، وبالتالي فهي تمكن من التعرف على حدود الإيديولوجية في إدراكها لعصر بعينه. كذلك تكشف السينما عن مناطق حساسة، «وهي عناصر تتكرر في تمثيلات السينما»، ما أسميناه بـ«نقاط التثبيت»، بمعنى أنها أسئلة، توقعات، مخاوف تبدو ثانوية تمامًا، لكن مع تكرارها المنتظم من فيلم إلى آخر تظهر أهميتها. وأخيرًا تقدم السينما تفسيرات متعددة للمجتمع وللعلاقات التي تتطور به. وفي إطار التشابه بينها وبين العالم الحسي -وغالبًا ما يقود هذا التشابه لرؤية السينما بوصفها شاهدًا أمينًا على العالم- تبني السينما عالمًا خياليًّا بواسطة التقارب والتوازي والتطوير والتوكيد والإسقاط» (Sorlin: 1977, p. 242).

لا تفترض وجهة نظر سورلين الثاقبة، أن السينما تمثل مجتمعًا كما كان الأمر لدى كراكور، لكنها تفترض أن السينما تسمح لنا برؤية ما يراه مجتمع ما على أنه «يمكن تمثيله»، في لحظة معينة من تاريخه. وراء وجهة النظر تلك نجد مفهومًا مؤسسيًا للسينما، بمعنى أنه يتوجب تحليلها بالأساس كعنصر في بنية، من خلال تلك البنية «تلتقط السينما [في عصر ما] جانبًا من العالم الخارجي وتعيد تنظيمه، فتمنحه تماسكًا، وتصنع من استمرارية العالم المحسوس منتجًا منتهيًا ومجزأً وقابلًا للانتقال» (Sorlin: 1977, p. 270). تظهر السينما هنا كترجمة للواقع -ترجمة تعمل كعينة تم اقتطاعها من العالم باستخدام أدوات وتقنيات تنتظم في نسق، وتمنح كل فيلم وحدة خاصة به. هذه الترجمة السينمائية للواقع تميز ما يسميه بيير سورلين «المرئي» الخاص بمجتمع ما. يقع هذا «المرئي» في ملتقي الطرق بين ما ينتجه أولئك الذين يصنعون الأفلام وبين التوقعات الصريحة أو الضمنية لمشاهديها. ومن هنا فمن غير الوارد أن يصبح كل شيء صالحًا لتشكيل مادة للفيلم في عصر ومجتمع بعينه. في السينما، يحدث نوع من الفرز بين الأساسي -أي ما هو ضروري للمجتمع- والثانوي، وذلك عندما نربط بين ما نرغب في تمثيله باستخدام الصورة السينمائية وما تظهره هذه الصورة بالفعل. وبالتالي فإن فكرة مثل مفهوم «المدينة» أو «البرجوازية» أو «حياة الفلاحين» من الممكن أن ينتج عنها تمثيلات شديدة التنوع. وهكذا فإن:

> «السمة المميزة والمكونة «للمرئي» تتشكل من خلال ترتيب وتوزيع العناصر الأيقونية التي تتمحور حول مفهوم ما، في مكان وزمان معينين [...]. وترتبط الظروف التي تؤثر على تحولات المرئي ارتباطًا وثيقًا بسياق المرئي ذاته: ترى مجموعةٌ ما هو مسموح برؤيته؛ حدود إدراكها ترسم الحيز الذي يسمح بطرح مشكلاتها في إطاره. السينما هي على حد سواء مستودع للصور وحقل إنتاج لها. هي لا تُظهر «الواقع» ولكن شذرات منه يقبلها الجمهور ويتعرف عليها. بمعنى آخر تساهم السينما في توسيع مجال المرئي وفي فرض صور جديدة». (Sorlin: 1977, p. 69).

ومن ثم فإن جزءًا كبيرًا من عمل بيير سورلين يتعلق باستخلاص تجليات الرموز التي تتكثف فيها شذرات الواقع التي يستطيع الجميع التعرف عليها. ولكنه يتعلق أيضًا بالرموز التي تُخترع من خلالها «صورًا جديدة» بشكل منتظم. تبين تلك الصور الجديدة تطور المرئي في المجتمع أو تطور ما يقبل هذا المجتمع رؤيته. يهتم بيير سورلين بالمنهج السيميولوجي، وبالكشف عن أكثر الأشكال قدرة على توصيل المعاني وإنتاجها، أي تلك الأشكال التي تستند إلى ما يمكن لعلماء اللغة وصفه بأنه «تعاقد». لكن ما لا ينسى بيير سورلين تذكيرنا به هو أن تلك التعاقدات يتم ترتيبها وفقًا لأهداف المشروع السينمائي، وهو مشروع تشكل قيمه المؤسسية جزءًا من حقل الاتصال الجماهيري. إن القول بأن كل فيلم هو شهادة على ما يراه المجتمع غير كافٍ. يجب أن يوضع في الاعتبار أيضًا أن «آلة السينما» كمؤسسة إنتاج، هي نفسها منتج اجتماعي مبني في تربة تتكون من تحلل وتحول قيم اقتصادية وعقائدية وتعبيرية. «فتحليل الأفلام -كما يقول سورلين- مثير للاهتمام، فقط لأنه ينطلق من معطى قابل للعزل وهو الفيلم، لكي يوسع من منظوره ليشمل سلسلة من الأفلام، فالحقل السينمائي، فمجمل شريحة فكرية، ووصولًا إلى الجماعة المهيمنة» (Sorlin: 1977, p. 152).

لذلك هو يؤكد على الأهمية التي يمثلها التحليل الاجتماعي للأفلام السينمائية -حتى مع وجود التلفزيون والأهمية التي اتخذها في العالم السمع-بصري منذ الستينيات -لأننا في السينما نستطيع أن نتبين بوضوح العلاقات بين منتجي ومستهلكي الخيال السينمائي من جهة، ومن جهة أخرى نتعرف على السمات السائدة لنظام اتصال يستخدم الصورة والصوت التي تظهر في شكلها الأكثر تنوعًا وابتكارًا، وكذلك في شكلها الأكثر تباينًا.

ومع ذلك، فقبل البدء في عمل دراسة اجتماعية عن الأفلام السينمائية، من المستحسن، كما يذكر بيير سورلين، التأكد من توفر ثلاثة مبادئ أولية تحرك الشخص الذي سيبدأ في عمل مثل هذا التحليل. يفترض المبدأ الأول وجود حساسية حقيقية تمكن من إدراك ما تتطلبه السينما بشكل خاص من متفرجيها، هذه المتطلبات هي وحدها ما يجعلنا نستشعر «أثر السينما»: إذا أخذنا على سبيل المثال حالة الأفلام الدعائية في الأنظمة الشمولية:

«من السهل ألا يستوقفنا في تلك السينما سوى الشعارات

> والكلمات الرنانة والتوجيهات، ولكننا بهذه الطريقة سنفقد «أثر السينما» الذي لا يقتصر على إعادة إنتاج الموضوعات التي تناولتها الصحافة أو الملصقات أو الكتب من قبل. تفقدنا هذه الطريقة الشعور بما يسمى «الافتتان» بالصورة [...]. إن تحليل الأثر السينمائي يعدّ شيئًا ممكنًا، [والتعبير عنه يتطلب] أن نُظهر أن المشاهد -الذي يتوجه إليه الفيلم- لا يتم اقتياده للخضوع كما نعتقد في كثير من الأحيان، بل توجيهه للاستجابة». (Sorlin: 1977, p. 291-292).

يتمثل المبدأ الثاني الذي تحدث عنه بيير سورلين في أنه من الضروري عند عمل بحث عن السينما التعامل مع المصدر نفسه، أي مع الفيلم، وليس مع ملخصاته أو التقارير التي تكتب عنه والتي دائمًا ما تكون مستقاة من مصادر ثانوية. المؤرخ الذي يقول: «لم أقرأ الوثائق التي أعتمد عليها كأساس لرسالتي ولكني استخدمت ملخصات من إعداد شخص آخر، هو «غير مؤهل» للقيام بعمله». (Sorlin: 1977, p. 292).

وأخيرًا يؤكد المبدأ الثالث على أن الفيلم ليس نصًا، وبالتالي فإن العودة إلى السيناريو المكتوب للتعامل مع الفيلم لا يدخل في إطار التحليل السينمائي الذي يفترض «حدًا أدنى من التنظير وتحديد منهج متماشٍ مع موضوع الدراسة». (Sorlin: 1977, p. 293) إن فهم خصوصية المادة السمع-بصرية هو إدراك لتكوينات من الأصوات والصور، حتى وإن كانت لا تشكل لغة بالمعنى الكامل، إلا إنها تعتمد على إشارات غير اعتباطية، إشارات مقيدة بحدود وضعها الجمهور بتوقعاته المسبقة وقدراته. إذا كانت الأفلام السينمائية تعمل كمستودعات للمواد المرئية تُظهر ما يشاهده مجتمع ما، يجب أيضًا التعامل معها بوصفها تعتمد على أيديولوجية بالمعنى الذي يفهمه بيير سورلين، أي حقل يمكن للتعبيرات الفكرية لعصر ما أن تتطور بداخله.

> «تستقي السينما مادتها من العالم الملموس -منازل، قطارات، مارة، جنرالات، أنظمة مؤسسة- فتعيد توزيعها في إطار خيالي متماسك يخضع لقواعد غير مصوغة (قواعد الاختصاص)،

ويحفل بعلامات التواطؤ مع الجمهور (التمثيلات ونقاط الارتكاز) وهو الأمر الذي يختلف عن العالم الاجتماعي الذي اقتبست منه المادة التي صاغتها السينما». (Sorlin : 1977, p. 296)

إذا فهمنا السينما بهذا المعنى، عندئذ يجب اعتبارها موضعًا تتشكل فيه الأيديولوجية، ويخضع في تكوينه لطريقة تميز عصرًا بعينه، ولأشكال محددة من البناء الثقافي يستطيع المؤرخ وعالم الاجتماع أن يسلطا الضوء عليها، وذلك بتحديد القواعد والنظم المختلفة التي يتحول العالم من خلالها إلى صور مسموعة. وبالتالي تشكل الأفلام في شرح بيير سورلين إحدى الأدوات المتميزة التي يقدم المجتمع نفسه ويعرض ذاته عبرها. تمثل الأفلام بوابة مفتوحة على ذهنية المخرجين التي توجهها توقعات المتفرجين وكفاءاتهم.

من المؤسف أن سوسيولوجيا بيير سورلين لم تتجاوز في فرنسا سمة البرنامج، ولم تُلاقِ امتدادات تجريبية فورية مكنت من تدعيمها. كان علينا أن ننتظر حتى أوائل عام 2000، لكي نجد أعمالًا تعمق بشكل ملموس علم اجتماع السينما، لا سيما من خلال ما قام به باحثون من أمثال يان داري Yann Darré، وجان مارك ليفيراتو Jean-Marc Leveratto، وفريديريك ماتونتي Frédérique Matonti، وجوليان دوفال Julien Duval، وفابريس مونتيبيلو Fabrice Montebello، وكلود فورست Claude Forest، وأوليفييه تيفيني Olivier Thévenin، أو جان-بيير اسكينازي Jean-Pierre Esquenazi. يقترح هذا الأخير في كتاب بعنوان «**جودار والمجتمع الفرنسي في الستينيات**» Godard et la société française des années 1960 (Esquenazi: 2004) تجاوز تحليل نظام الإنتاج في حد ذاته، ويتناول سينما مؤلف فريد -هو جان لوك جودار- الذي تعبر أفلامه بامتياز عن تطلعات وتراجعات شباب فرنسي واجه مشهدًا ثقافيًا في حالة تحول عميق. من خلال جمع نتائج بحث اجتماعي عن «ذهنية» جيل الستينيات باستخدام «أداة السينما»، يقدم جان-بيير إسكينازي نهجًا لدراسة أفلام جودار التي يراها «كرمزيات مميّزة» لهذه الحقبة ولتلك الثقافة، بمعنى أن هذه الأفلام تتخذ مكانَ القلب في حيز جغرافي رمزي «فيه يتم جمع وربط أكثر الدلالات قيمة بالنسبة

للجماعة». (Passeron: 2006, p. 498-501) وهكذا، فإن أفلام جودار -على الأقل تلك التي أخرجها بين عامي 1960 و -1968 تؤلف حبكة تعمل كـ«واقع ثقافي مكتمل»، وتُعَدُّ ترجمة واستجابة للمثل العليا السائدة في الحياة الثقافية الفرنسية في تلك السنوات. تحيك هذه الأفلام «حبكة غير منتظمة لقصة شاب برجوازي، طموح، واسع الخيال ومتلهف للمشاركة في الثورات والتحولات الجارية، يجد الأشكال والنبرة المناسبة لفرض صوته في المشهد العام. يحتاج هذا الشاب للكثير من الجرأة والجاهزية لكي يسشعر دومًا اتجاه الرياح الاجتماعية: تُظهر أفلام جودار -ومن هذا المدخل يمكننا فهمها- صورًا مشوهة بالتأكيد، لكنها معبرة بشكل كبير عن المجتمع الذي أنتجت فيه، وتحتوي على جميع أنواع الآثار والعلامات ورواسب الوضع الثقافي والاجتماعي والسياسي الفرنسي». (Esquenazi: 2004, p. 2) في حين يتحدث بيير سورلين عن «نقاط الارتكاز» التي يمكن تحديدها في العمل السينمائي ومن خلالها يعبر المجتمع عن نفسه، يحدد جان بيير إسكينازي -بوصفه عالم اجتماع متورط في مادة الدراسة التي يقوم بها، إذ ربما كان هو نفسه عنصرًا فاعلًا فيها[1]- معالم «الصورة المنكسرة» للمجتمع الفرنسي في أفلام جودار، وهذا يعني الطريقة المباشرة التي ترتبط بها الوقائع الاجتماعية والجمالية لديه، أو على العكس علاقاتها الواهية. نكتشف كيف تنطوي التحيزات الجمالية في سينما جودار على اعتبارات اجتماعية، وكيف تسفر الخيارات الجمالية للمخرج المؤلف عن بعد اجتماعي، الأمر الذي يسمح على كل حال بتحديد موقع أفلام جودار في السياق الثقافي، بدلًا من حصرها فقط في مجال تاريخ اللغات السينمائية. تحقيقًا لهذه الغاية، يمكننا تعريف ما يطلق عليه جودار اسم «الاقتصاد الرمزي للفيلم»، أي طريقة تنظيم عملية الإنتاج الخاصة بالسينما التي تسمح للفيلم بالوجود كمادة دالة من المنظور الاجتماعي. يفترض هذا الاقتصاد الرمزي للفيلم أربع نقاط أساسية:

الفيلم هو نتاج للقيود والالتزامات التي يخضع لها الفاعلون الاجتماعيون الصانعون له، والمرتبطون بشروط الفضاء الاجتماعي الذي ينتمون إليه (في تلك الحالة، تحيل «الموجة الجديدة» إلى منطق إنتاجي خاص يرتبط به جودار الذي يمتلك تصوراته الخاصة عن الكيفية التي يصنع بها فيلمًا).

(1) قد تراودنا أحيانًا فكرة مؤداها أن الشاب البرجوازي الذي شغلته سنوات الستينيات وأفلام جودار يمكن أن يكون جان بيير إسكوينازي نفسه، وهو ما يظهر ما بين بعض سطور كتابه.

ولكن الفيلم لا يمكن اختزاله فقط في تلك القيود التي تمارس على الفاعلين في عملية الإنتاج. في الواقع، يقوم هؤلاء بعمل خيارات ويحشدون موارد ويعكسون في العمل رغباتهم وأذواقهم ووجهات نظرهم عن تاريخ السينما ذاتها. ومن هذا المنطلق يتوجـب تحليل فيلم «على آخر نفس» *À bout de souffle* على أنه فيلم بوليسي له خصوصيته، نظرًا لأنه يلعب على تقاليد الفيلم البوليسي؛

يمكن قراءة الفيلم باعتباره وجهة نظر يقدمها المخرج حول قيود الحقل الاجتماعي الذي ينتمي إليه، ومن هذا المنظور يترجم العالم الخيالي الذي تتحرك فيه الشخصيات موقع جودار داخل عاله الخاص. ويمكننا هنا ملاحظة الخلط الموجود بين أفكار جودار وأفكار بطل «على آخر نفس»، وهو ما يمنح هذا الفيلم صفة «البيان» المؤيد لعالم الحداثة الذي تنتمي إليه الموجة الجديدة؛

في نهاية المطاف، لا يوجد الفيلم فعليًا إلا لأن الجمهور والنقاد يعطونه تفسيرًا، وبالتالي يحددون له هدفًا معينًا. ومن هنا يجب الالتفات للمسافة التي تباعد بين الفيلم الذي يسعى إليه السينمائي والفيلم الذي يفسره جمهوره أو تفسره جماهيره المختلفة. بهذا المعنى يمكننا رؤية «على آخر نفس» على أنه فيلم بوليسي، أو قصة حب، أو فيلم بوليسي عاطفي، إلخ. بحسب الضوء الملقي عليه.

باتباع هذا الخيط الاجتماعي، نفهم كيف يمكن اعتبار الأفلام -وخاصة أفلام جودار- تعبيرًا عن المجال الثقافي كما شعر به المخرج، وكما فكر فيه، وكما مر من خلاله. وبصفته فاعلًا اجتماعيًا ملتزمًا، يبني جودار مكانته كمؤلف، عن طريق اختيار المواد -التي يراها أكثر ملاءمة من غيرها داخل هذا المجال الثقافي- التي تسمح له بصياغة خطاب يُحَمِّله أسلوبه الخاص ويُخضِع به الأنواع التقليدية في السينما، باستخدامته الفريدة لها. من خلال تحليل هذا المفهوم «للمؤلف»، يمكننا أن نبين كيف يتفاعل جودار مع قيود عصره، أولًا من خلال تبني «موقف فنان يعبر عن ذاته ويمثل حركة مجتمع جديد؛ ثم يوجهه هذا (مفهوم «المؤلف») إلى موقف فكري لفنان يعتزل الواقع لكنه يرتبط بعالم الفن في كليته؛ أخيرًا، يقوده إلى موقف جوهري لفنان عدو لواقع مفروض عليه، يجبره على اختراع أشكال تعبيرية جديدة». (Esquenazi: 2004, p. 268). من خلال محاولة فهم ما يسعى جـودار لإنجازه من خلال أفلامه -سواء أنجزه ضد محددات

العمل في الحقل السينمائي أو بفضل تلك المحددات حتى يقدم نفسه كمؤلف، نلاحظ أن جودار يصبح تدريجيًا هو ذاته موضوعًا لإبداعه.

2. الأنواع، الرقباء، النجوم : عن بعض أشكال «العقد السينمائي»

عندما نأخذ في الاعتبار قول عالم الاجتماع إميل دوركهايم Émile Durkheim بأن «كل ما في العَقْد ليس تعاقديًا»، فنحن مهيئون لإدراك العلاقة بين الفيلم ومشاهديه على أساس يختلف عن فكرة العقد الثابت، الذي يجعل جميع المقاصد التي يعبر عنها المخرج في أعماله مفهومة «بشكل طبيعي» وبلا لبس، من قبل جماهيره المختلفة. لكن الفيلم كما نعلم يخضع دائمًا لتعدد التفسيرات، والتي تعد هي نفسها نتاج لشبكة من القيود التي تحدد طريقة النظر إليه، سواء من قبل النقاد أو من قبل مجموع مشاهديه. لا تتكاثر تلك التفسيرات، مهما تعددت، بلا حدود، وذلك لسبب وجيه، إذ لن ينقل الفيلم أي معنى إذا كانت التفسيرات تتعدد تبعًا لعدد المتفرجين. بعبارة أخرى، نتفق أو نختلف حول فيلم ما لأن جزءًا من هذا الفيلم «يتحدث» إلينا، ونتفق على الحدود الدنيا التي تشكل هذا الجزء الذي يعتمد تعريفه على كونه قابلًا للتحديد. هذا الجزء الذي يتواصل الفيلم معنا من خلاله هو الجزء «التعاقدي» الذي تم بناؤه مؤسسيًا، مجموع الطرائق التي يمتلكها صانع الفيلم لكي يعقد حوارًا مع جماهيره، بل ويتحكم فيها. نقترح الآن استكشاف ثلاثة أوجه نموذجية لهذا العقد السينمائي، لكل منها خصوصيته: النوع والرقابة والنجم.

2.1 ما هي وظيفة النوع في السينما؟

عندما نتفحص تاريخ السينما في مجمله نتبين مجموعات من الأفلام ذات خصائص مشتركة وواضحة. كل من هذه المجموعات -إذا كانت تمتلك من معايير التصنيف ما يجعلها مميزة عن غيرها وتمتلك خصائصَ مشتركة ما بين الأفلام التي تتكون منها -تشكل ما تعارفنا على تسميته بـ«النوع». كما تشير هيلين بويزو Hélène Puiseux، «في السينما يظهر هذا

المفهوم بشكل جلي أكثر منه في أي مجال آخر، ففي النوع نستعيض عن مستوي من مستويات التفكير بالمعرفة البديهية. هي ليست فقط حدثًا نمتلكه، لكنها تتعلق أيضًا بطريقة إدراكنا للعمل». (Puiseux: 1988, p. 15) يعمل النوع بشكل ما كعقد ضمني بين أولئك الذين يصنعون الفيلم -كاتب السيناريو، المخرج، المنتج، مدير التصوير، مؤلف الموسيقي، مهندس الصوت، إلخ- وأولئك الذين «يتلقون» الفيلم -الموزعون، أصحاب حقوق الاستغلال، النقاد، وبالطبع المتفرجون. بهذا المعنى يمكننا القول إن النوع يقوم على شكل من أشكال التواصل المسبق والمسوغ، شريطة أن نتعامل بحذر مع ما نقصده بكلمتي «مسبق» و«مسوغ». في الواقع إذا نظرنا إلى النوع باختزال، فإننا نقلصه إلى حدود الصيغة أو النموذج العملي ذي الاستخدام النفعي من قبل دائرة المنتجين والمستثمرين السينمائيين. فبمجرد أن تحقق صيغة ما النجاح في شباك التذاكر، يتم الاكتفاء بإعادة استخدامها لعمل منتجات مماثلة أو أجزاء متسلسة من نفس المنتج بهدف درء المخاطر المالية المرتبطة بأي مشروع. لذا فإننا نميل إلى اعتبار أن الأفلام التي تصور أبطالًا خارقين وأقوياء لكنهم بشر في همومهم ونقاط ضعفهم، قد ازداد عددها في الإنتاج الأمريكي، منذ نجاح فيلم «باتمان» الأول Batman الذي أخرجه تيم بيرتون Tim Burton عام 1989.

من المنظور الاجتماعي ينطوي هذا المعنى على فهم جامد لكونه غير قادر على أن يضع في الاعتبار التغييرات والابتكارات التي تموج بها السينما، والتي تؤدي إلى وجود مسافة نستشعرها على الفور بين «باتمان» بيرتون و«سبايدرمان» سام ريمي Sam Raimi الذي صدر في عام 2002، على الرغم من أن كليهما يندرجان في نوع الأفلام «الخيالية فئة الأبطال الخارقين». لهذا يبدو من الضروري مقاربة النوع من وجهة نظر الديناميات الثقافية التي تسمح باستقراره، مع ترك المجال مفتوحًا لإمكانيات التنويع التي تتيح تجديده، إذ يطرح النوع بوضوح تساؤلًا عن حدود الاختراع في السينما: كيف نصنع الجديد باستخدام نظم لها مواصفات قياسية؟ «عندما تفلس الأفلام المصنفة بشكل سليم في شباك التذاكر، فإما لأن العقد الضمني لم يُحترم، أي أن تلك الأفلام قد نصبت فخًا للمغفلين، أو لأنها تعيد إنتاج شروط العقد الأساسي بقدر كبير من التكرار. من الخداع إلى الثبات المفرط، تلعب الأفلام التي تندرج في نوع ما داخل مساحة ضيقة، يجب أن تتوازن فيها القدرة على التعرف على النوع مع وجود اللمسة الفردية» (Puiseux: 1988, p. 15). وهكذا يُنشئ النوع وساطة بين مجموعة من التفسيرات

وعالم الخيال السينمائي الذي يحيل إليه هذا النوع. كما يشير رافاييل موان Raphaëlle Moine، تقود الوظيفة الاجتماعية التي يؤديها النوع إلى طرح فرضيات متباينة للغاية حول طبيعة هذه الوساطة: «بالنسبة للبعض، يعبر النوع عن رغبات وتطلعات ومعتقدات جمهوره؛ بالنسبة لآخرين، فإن النوع على النقيض من ذلك هو بنية قمعية تضع أطرًا أيديولوجية تصبغ مشاهديه بصبغة موحدة». (Moine: 2002, p. 67) من خلال النوع، تُطرح قضية الانقسام المرتبطة بثقافة الجماهير في صيغ جديدة، هذا الانقسام الذي يقود أحيانًا إلى تثمين الإنتاج الضخم لأنه يلبي احتياجات جمهور كبير، وأحيانًا ما يقود إلى إدانة نفس هذا الإنتاج باعتباره غثًا ويؤدي إلى اغتراب الفرد عن ذاته. من الصعب الفصل في هذه الازدواجية، حيث يوجد العديد من الأمثلة المستمدة من الأفلام، وبالتالي العديد من الحجج والقراءات التي تدعم كل من الأطروحتين. من الصعب الفصل أيضًا، لأن الأطروحتين تنطلقان من فرضية مبدئية لا ترى في المتفرج سوى كائن سلبي يخضع للتوجيهات التي يتعرض لها. لذلك فإن المسألة تتعلق باستعادة مكانة هذا المتفرج في بيئة الأنواع السينمائية. من هنا سنتناول بعض نظريات النوع بوصفه شكلًا من أشكال التعبير الثقافي الجماعي الذي تتبدى فيه القيم المشتركة والتعارضات الثقافية الأولية والهيكلية للجماعة، وكذلك الصراعات المستجدة. ترى هذه النظريات -مستلهمة تحليلات كلود ليفي ستراوس Claude Lévi-Strauss للأسطورة- أفلام النوع بوصفها «نسخًا متعددة من أسطورة، تعبّر عن نظام خاص من التعارضات والترابطات التي تهيكل الثقافة. انطلاقًا من هذه الفرضية، يتأتى نجاح النوع -ونجاحه هو شرط أساسي لوجوده- من قدرته على خلط الأوراق الرئيسية للثقافة والنظام الاجتماعي دون تغيير قواعد اللعبة، [...] ومن قدرته على إنتاج «صيغ» تعبر عن الازدواجيات الثقافية والصراعات وتقترح لها حلًا متناغمًا». (Moine: 2002, p. 73) ومن ثم فإن أفلام مثل «جيمس بوند» *James Bond*، *ET* ، «أسنان البحر» *The Teeth of the Sea*، «حديقة الديناصورات» *Jurassic Park* أو «حرب النجوم» *Star Wars* لا تكمن أسباب نجاحها في استراتيجيات التسويق التي استخدمت معها حين صدورها، والتي تجعلنا نظن في بعض الأحيان أن المتفرجين خاضعون إلى حتميات اقتصادية فجة. يرى عالم الأنثروبولوجيا لي دروموند Lee Drummond، أن لهذه الأفلام أبعاد «طقسية» بعيدة المدى لدى الجمهور الكبير، لأنها تقدم طريقة لمعالجة العلاقات الصراعية بين البشر

والآلات، أو بين البشر والحيوانات بصيغ إشكالية، ولأنها تقدم كذلك طريقة رمزية لحل هذه النزاعات من خلال مواجهة بين «قوى الحياة» و«قوى الموت». (Drummond) 1996 :

لكن هذه الوظيفة الطقسية لا يمكن أن تفسر وحدها الظاهرة الاجتماعية للنوع، لأن الإبداع -حتى في عالم خاضع للضوابط كما هو الحال في عالم الإنتاج السينمائي- لا يمكن أن تشبعه تلك التصنيفات المحددة، فهو يحب تجاوز الأنواع وتعديل مساراها بل وإعادة اختراعها. لقد حاول النقاد أنفسهم استخدام صفات عديدة لكي يعبدوا تمييز أنواع اعتبرت ملتبسة، فكتبوا تعبيرات مثل «أفلام كوميدية تختلط فيها الحلاوة بالمرارة» أو «الخرافي العادي» أو «الميلودراما المبهجة». وراء هذا العدد الكبير من التوصيفات والتعبيرات البليغة والمبتكرة إلى حد ما، يتبدى سعي الأنواع السينمائية لأن تنقل للمتفرج أولًا «أفق انتظار»[1] بهدف إذكاء الرغبة لديه في مشاهدة فيلم، أو ببساطة أكثر، لوضعه في حالة، أي تهيئته لأن يتماس مع نبرة العمل الذي سيشاهده ولونه المتوقع، عند «ولوجه» داخل عالم الفيلم المذكور». (Ethis Malinas ,2013).

ما فعله المخرج ألفريد هيتشكوك Alfred Hitchcock بأسلوب مبدع هو اعتماده على تأثير الأنواع على المشاهدين، هذا التأثير الذي مكنه من اصطحابهم في «جولة» يقدم فيها خطابًا يحيد به عن الخطاب الأساسي، ويشير إلى المسافة التي يحافظ عليها بينه وبين أفلامه، وإلى دوائر الإنتاج الهوليودي الذي أرسى تلك القواعد لتقنين الأنواع: من خلال فحص فيلم «فرتيجو» *Vertigo*، أحصى عالم الاجتماع أحد عشر تعديلًا في النوع على مدار الفيلم (Esquenazi: 2001)، وهو ما يجعل المتفرج في كل مرة يتغير النوع فيها، يسأل نفسه مفكرًا -كما لو كان هيتشكوك نفسه هو من يسأله-: «هل أنت متأكد من أنك على الطريق الصحيح حتى تفهم أين أحاول أن أصطحبك؟» كما هو الحال مع البطل، يصاب المتفرج كذلك «بالدوار»[2] عند تفسيره للفيلم وهو ما يشكل مغزاه الأساسي. «إن ما يبدو حقيقيًا عند هيتشكوك هو دائمًا غير حقيقي، والحقيقي لا يبدو أبدًا كذلك». وكما يؤكد على ذلك الفيلسوف كليمان روسيه Clément Rosset في تلخيصه لأسلوب المخرج: من خلال تلاعبه المستمر بالنوع، يخلق المخرج المؤلف النوع «الهيتشكوكي» الذي يُمكّن «أتباعه» من التعرف

(1) كما عرفه المنظر هانس روبرت ياوس في كتابه «جماليات التلقي».

(2) بالإحالة إلى عنوان الفيلم الذي يعني «دوار». (المترجمة)

عليه في التو. بنفس الطريقة، وفي إطار تحليل اجتماعي موضوعي للنوع، ولما هو نوعي في الأفلام، من الممكن نقل جملة كليمان روسيه وتعميمها: النوعي في السينما لا ينطبق على النوع بشكل كامل، وهو ما يقودنا إلى وجوب الربط، بشكل منهجي ودقيق، كل إنتاج سينمائي بالسياق الاجتماعي والتاريخي لإنتاج الفيلم وتلقيه، إذا أردنا أن نفهم أثر النوع.

2.2 «دوافع» الرقابة في السينما

«الأميركيون شعب نظيف، هم لا يريدون رؤية مواقف جنسية مهينة!». هذه العبارة التي ندين بها لجو جرين Joe Green، واحد من الرؤساء العديدين للرقابة الذين هيمنوا حتى الستينيات في هوليوود، تلخّص المبدأ الاجتماعي الذي ينظم أية رقابة. تشير الرقابة إلى نظام من القيم يتم تقديمه بوصفه نظام اجتماعي وثقافي مشترك. وبالتالي فإن من يقومون بإعداد عمل سينمائي مطالبون في هذا الإطار باحترام تلك القيم، وأولئك الذين لم يفهموا ما هو متوقع منهم وما هو مرتبط بالتزاماتهم يواجهون تهديد القص من أفلامهم أو منع عرضها، ويجب أن يكونوا على دراية بذلك. يهدف نظام الرقابة إذًا إلى أن يكون مسؤولًا وضامنًا لجانب من العقد الاجتماعي الذي يربط من يصنعون الأفلام ومن هم مهيئون لمشاهدتها، وذلك من خلال عمل تشريع لما يمكن مشاهدته وما لا يمكن مشاهدته، وخاصة من خلال الادعاء بأن الفصل بينهما وارد ليس بناءً على قانون مُعَدٍّ مسبقًا، لكن وفقًا للقيم الأخلاقية والثقافية أو حتى الدينية التي يجب أن تحترمها السينما. لأنه على عكس المنع القائم على القانون والمرتبط بنظام عقوبات يمكن نقضه، فإن واقع الرقابة يستند إلى اعتبارات أكثر ظرفية وأقل وضوحًا حيث أن كل فعل رقابي جديد لا يمكن تبريره سوى باستصدار مرسوم مخصص له. وحتى عندما يتم سن قانون للرقابة المسبقة يشرح لصانعي الأفلام ما لا يجب عليهم فعله، كما كان الحال في الولايات المتحدة مع كود «هايس» Hays الذي حدد الموضوعات التي لا يُسمح للفيلم الأمريكي بتناولها، نلاحظ أنه من السهل التحايل على الكود المذكور، وبالتالي فإن الرقابة لكي تمارس عملها فعليًا، يجب أن تعتمد على التشريعات الاعتباطية. ما يطمح إليه أي قانون رقابي مكتوب ومعد سلفًا يستهدف صناع الأفلام، هو أن يستوعب كل منهم القيم التي يستند عليها هذا القانون إلى الحد الذي يصبح فيه كل شخص رقيبًا على نفسه. وبنفس

الطريقة، من المأمول أن الصورة التي تراها لجان الرقابة تحريضية، والتي تفلت على الرغم من ذلك من بين شباكها، يستطيع المتفرج «المسؤول» أخلاقيًا أن ينتقدها.

> «لأنه وكما يبين جان بول فالابريجا Jean-Paul Valabrega -ومعه كل الحق في ذلك- «إن المستهدف من قبل الرقابة هو «التواصل في حد ذاته»، والدليل على ذلك أن ممارسة الرقابة تؤثر على كل من المرسل والمتلقي: من يصنع الفيلم ومن يشاهده [...]. الجميع مذنبون، باستثناء الرقيب بالطبع. يعتبر الجميع متواطئين محتملين وكل شخص شريك في ذلك. ومن ثم، إذا نظرنا إلى الرقابة من وجهة نظر الرقيب، يتبين لنا أنها تستهدف شعورًا بالذنب كامنًا وعامًا. وبهذا المعنى هي تستدعي نظامًا قائمًا على الارتياب المرضي». (فالابريجا: 1967، ص 117-118). (Valabrega: 1967, p. 117-118).

وُجدت الرقابة من قبل السينما بزمن طويل، والعديد من الأعمال الأدبية والتشكيلية والفوتوغرافية كانت موضوعًا لحظر أخلاقي. ومع ذلك فإن الأعمال التي رفضتها الرقابة لم تتضرر تمامًا وتمكنت من الانتشار بشكل مستتر. ولنتذكر أنه في السينما إما أن يحدث منع كامل لتوزيع الفيلم، وإما قطع لمشاهد تعتبر مثيرة للفتن، حتى يمكن للفيلم الحصول تصريح بالعرض. وبالتالي فإن العمل الذي يعرض للمشاهدين يعد فعليًا نسخةً تم العبث بها. ولأن السينما أداة لثقافة الجماهير، ولكونها أيضًا مشتبهًا في أنها توقظ الوعي وتشعل خيال جماهيرها دون حذر، فهي تطرح من جديد مسألة الرقابة من المنظور الاجتماعي، والتي يعتقد أنه لم يعد ممكنًا ترك مسئوليتها فقط للأفراد. عندما تعمل الرقابة وفقًا لنزعة متزمتة، فإنها دائمًا ما تحتمي برداء، ألا وهو الرغبة الواضحة في الدفاع عن كيان اجتماعي -يفترض فيه الهشاشة- ضد ذاته. ولهذا فكثيرًا ما يتم تبرير قرارات الرقابة في السينما من خلال الإحالة لجزء وليس لكل جماهيرها. هي تدعي عندئذ أنها تحمي الشريحة المفترض أنها الأكثر هشاشة أو الأكثر قابلية للتأثر: الشباب. إذا حاولنا عمل مسح سريع لأعمال الرقابة التي مورست من منظور حماية القصر، سنجد أن هذه الإجراءات تجتمع حول

محورين: الجنس (سوء الخلق، الإثارة الجنسية، المواد الإباحية، الفحش) والعدوانية (اضطرابات النظام العام والعنف والتحريض على الجريمة). وإذ يبدو أن هذه المحاور تتماثل مع تلك التي تنظم معايير الرقابة المطبقة على المجتمع ككل، إلا أن حدود التسامح تنخفض عندما يتعلق الأمر صراحة بالشباب.

> «نتبنى سلّمًا للمعايير يحيل إلى مقياس كمي بسيط، وتساعد في ذلك لعبة الفئات العمرية. بناء على هذا السلم يُعتبر الطفل «بالغًا مصغّرًا»، ويتم إطلاق أحكام قيمية من خلال عملية إسقاط وترحيل لتأثير الفيلم تجعلنا نستشعر -من خلال«تضخيم ذواتنا»- التأثير الذي نفترضه على هذا الطفل. ومن خلال هذا المنظور الذي ينطوي على تبسيط مخل نجد إحالات مجتمعة تشير إلى «المثل الوطنية»، «النظام العام»، «الأخلاق الحميدة»، «العنف»، إلخ، -ونجدها تختلط بشكل عجيب (Michard: 1967 : p. 56).

كما هو الحال بالنسبة للنوع، من الضروري دراسة مسألة الرقابة في السينما من خلال ربطها بسياقها الاجتماعي والثقافي، سواء لمقاربة الطريقة التي تتطور بها مع مرور الزمن، أو لفهم المعنى المتفرد للتفسيرات التي تقدمها في عصر معين وفي ثقافة معينة. من المهم أيضًا التأكيد على أنه لا وجود لجماعة اجتماعية، مهما كانت درجة تحررها، لا تفرز شبكات من الالتزامات والمحظورات. بعض من تلك الجماعات يجعل ردود فعل الرقابة أكثر وضوحًا من خلال محاولة الكشف عن معاييرها وتنظيمها، بينما يفضل البعض الآخر الاحتفاظ بالمعايير ضمنية وهو ما لا يفسح بالضرورة مكانة متميزة للإبداع والابتكار، لأن وحده الجانب الصريح من الرقابة هو ما يسمح باختراع أساليب حذقة في كثير من الأحيان تهدف إلى التحايل وعمل التواطآت المبنية على استخدام الإيحاءات، بين صناع الأفلام والمتفرجين. وبغض النظر عن المستوى الثاني في كتابة الفيلم أو في قراءته، سمحت هذه الأساليب ببناء خطاب سينمائي أكثر رهافة، من خلال استكشاف السبل المتعددة التي فتحها المجال السمعي-البصري للتعبير عن الضمني وعما لا يقال. يُظهر على سبيل المثال الفيلم الوثائقي

«خزانة السليلويد» *The Celluloid Closet* لروب ابستين Rob Epstein وجيفري فريدمان Jeffrey Friedman ، كيف تعامل عدد من صناع أفلام هوليوود مع كود «هايس»، الذي حظر تصوير الشذوذ الجنسي على الشاشة.

> «هكذا يدعونا «بن هور» Ben-Hur إلى قراءة مزدوجة: لقد تخيل جور فيدال Gore Vidal ، بمساعدة وليام ويلر William Wyler، أن البطل الذي مثل دوره تشارلتون هيستون Charlton Heston ، كان عشيقًا لميسالا Messala، مما يسمح بالتقائهما وتنافسهما. ولإضافة بعض التوابل، يجهل هيستون كل شيء عن هذه المؤامرة ويمثل دوره برجولة كاملة، في حين يسعى باستمرار ستيفن بويد Stephen Boyd الذي كان ضالعًا في الاتفاق السري إلى ملاطفة ذلك الرجل المجيد لابس التنورة. [وبالمثل]، يقارن جون إيرلندا John Ireland ومونتجمري كليفت Montgomery Clift أعيرة مسدساتهم في «النهر الأحمر» *La Rivière rouge* لهوارد هوكس Howard Hawks (دوين: 1998 ، ص 239). (Douin : 1998, p. 239).

تُفهم الرقابة بشكل عام على أنها جهاز يمارس عمله قبل عرض الفيلم، وتطرح مشكلة اجتماعية واضحة من خلال الادعاء بحماية جماعة اجتماعية، غالبًا ما تكون غير متجانسة، من تأثيرات الصورة السينمائية، باتخاذ إجراء موحد تتم صياغته بالاعتماد على معايير تغلب عليها السلطوية. يعلمنا تاريخ الرقابة أنه يمكن ممارستها كذلك بأثر رجعي، وبطريقة متفاوتة للغاية، وفقًا للإطار الجغرافي الذي يحدد عدم إمكانية عرض صور معينة على قطاعات معينة في سياقات محلية مختلفة. وكذلك، وبناء على شكوي جماعات أو أفراد، يمكن للعدالة التدخل في بعض الأحيان فيما يتعلق بفيلم ما لتجنب حدوث اضطرابات في النظام العام قد يسببها عرضه. لكن ليس هذا هو الحال دائمًا، وهو ما من شأنه أن يقود الجمهور أو قطاعات منه إلى إدانة فيلم من خلال إعمال الرقابة التلقائية أو حتى الوحشية. في عام 1988، احتج الكرادلة ألبرت ديكورتراي

Albert Decourtray وجان ماري لوستيجر Jean-Marie Lustiger مسبقًا على عرض فيلم مارتن سكورسيزي Martin Scorsese «الإغواء الأخير للمسيح» *The Last Temptation of Christ* بحجة أن هذا العمل يمكنه أن «يجرح الحرية الروحية لملايين من الرجال والنساء من أتباع المسيح». «الإغـواء الأخير للمسيح» مستوحى من كتاب نيكوس كازانتزاكيس Nikos Kazantzakis ، الذي يدعي البعض أنه يشير إلى ما يسمي بالمثلية الجنسية للمسيح، وقد اقتبسه سكورسيزي للسينما لأنه يسمح له أولًا وقبل كل شيء بتناول أحد موضوعاته المفضلة، وهو الخلاص. على الرغم من التحفظات المختلفة والمسبقة لمعارضيه، وصل «الإغواء الأخير للمسيح» إلى الشاشات الفرنسية وأثار مظاهرات بها عنف غير مسبوق. وبرفض المحكمة المدنية لطلبات اتخاذ تدابير مؤقتة لمنع عرض الفيلم قدمتها ثلاث جمعيات دينية، تعددت الحوادث : زجاجات مولوتوف، نوافذ مكسورة، إطلاق الغاز المسيل للدموع، تدمير الكراسي في قاعات السينما. وفي 28 سبتمبر 1988، على الرغم من أن الفيلم كان مبرمجًا في الأصل لكي يعرض في سبع عشرة قاعة باريسية، عرض فقط في اثنتين منها. في أفينيون Avignon وبواتييه Poitiers ونانت Nantes وأنجيه Angers، وفي العديد من مدن الأقاليم الأخرى، تم تسجيل عدد من الانتهاكات التي تهدف إلى صرف المتفرجين عن الدخول إلى القاعات لرؤية مسيح، قبل أن يخلص البشر من خطاياهم، استحوذ عليه شعور إنساني: ذلـك الإغـواء الـذي أثارته مـاري مادلين والـذي تطور إلى الرغبة في الـزواج منها وإنجاب الأطفـال. وسرعـان ما نـأي جـان مـاري لوسـتيجر Jean- Marie Lustiger بنفسه عن الأعمال العنيفة التي قامت بها الكوماندوس الدينية. دعا جاك لانج -وزير الثقافة آنذاك- إلى حرية التعبير ليس للدفاع عن «الإغواء الأخير»، ولكن للدفاع عن مبدأ عرضه، لكي يتم احترام حرية رأي المتفرجين الراغبين بدورهم في مشاهدة الفيلم. بالنسبة لعالم الاجتماع، ما يبرزه فيلم سكورسيزي هو النظم الثلاثة المرتبطة هرميًا والناشئة عن المشاكل الأخلاقية التي يطرحها السرد السينمائي. أولًا نظام السرد بشكل عام، أي ما يقرر السينمائي أن يحكيه ويكون محكومًا فيه بدستور أخلاقي يرسم حدود السرد من حيث ما يليق فعله وقوله وعرضه (Brémond: 1966، p. 47). ثم يأتي بعد ذلـك نظام الحكي، القصة الممثلة التي تتحول إلى عرض يتخذ فيه الراوي موقفًا من الحكاية يظهر من خلال علامات تعبر عن وجهة نظره. أخيرًا، يضاف إلى ما سبق نظام

السرد الفيلمي المرتبط بالجماليات السينمائية نفسها حيث «يمكن أن تتأتى لا أخلاقية أو عدم لياقة بعض المشاهد ليس مما هو معروض، لكن من نظرة الكاميرا إليه، مثلما يكون الأمر مع كادرات معينة، أو حركات معينة للكاميرا، أو تجاور لقطات بعينها. غالبًا ما يبرر القائمون على الرقابة ما يقتطعونه في الأفلام بناء على تلك الاعتبارات». (Brémond: 1981, p. 53) وبالإضافة إلى هذه النظم الثلاثة التي تتعلق بالمادة السينمائية في حد ذاتها، تجدر في ضوء تجربة «الإغواء الأخير»، إضافة نظام رابع هو نظام السرد المُدرَك، حيث يستحوذ المشاهد على السرد الفيلمي بإضافة تفسيره الشخصي وإسقاط خياله الخاص عليه. في هذا النظام الأخير، يبدو من الواضح صعوبة التحكم في نظرة المتفرج، في ذلك الجزء من نفسه الذي يلتحم به مع العرض السينمائي. ومن هنا، فإن هذه الصعوبة في التحكم فيما «يصنعه» المتفرج بالسينما يمكن أن تتحول في ظل أنظمة سياسية/دينية معينة، إلى هواجس حقيقية.

وهكذا، عندما أسس آية الله الخميني الجمهورية الإسلامية بعد الثورة التي عرفتها إيران عام 1979، اعتبرت السينما حتى عام 1997 واحدة من الأدوات الرئيسية لأسلمة المجتمع. ولكي تكون الأداة السينمائية فعالة، ستضع الدولة قانونًا للرقابة شديد الصرامة، بمعنى أنه مثل قانون هايس في الولايات المتحدة سيضطلع بالجوانب الأخلاقية في إنتاج الفيلم. الهدف الأول الذي يحرك هذه السياسة هو أن يكون كل فيلم قد تم تصويره في إيران فيلمًا إسلاميًا بمعنى الكلمة. لكن يتركز اهتمام الدولة الإيرانية أيضًا على كيفية تلقي المشاهد للأفلام. لذا فإن كل قاعة سينما ملزمة بوجود غرفتين للصلاة بجوار قاعة العرض - واحدة للرجال والأخرى للنساء. في قاعة العرض وطوال مدة الفيلم، يمر مفتش بمصباح يدوي لكي يتحقق من أن سلوك وأوضاع المتفرجين تظل متماشية مع الحشمة التي تقررها المعايير المعمول بها في الأماكن العامة. «كل هذه النظم والأجهزة تثبت أنه لكي يكون الفيلم إسلاميًا، يجب أن يُشاهد في ظروف إسلامية». (Devictor: 2004, p. 100)

إذا كانت أشكال الرقابة في السينما يمكن أن تتخذ كما نرى مظاهر متنوعة للغاية، إلا أن الدوافع التي تحركها تبدو متشابهة إلى حد بعيد. فهي تعبر بوضوح عن الكيفية التي ترى بها ثقافة ما طريقة تعاطيها مع الصور السينمائية. وبشكل أعم توضح هذه الدوافع، من المنظور الاجتماعي،

ما يشكل المفاهيم الأخلاقية الأكثر إلحاحًا لتلك الثقافة، وكذلك الأكثر عمقًا. إن وقائع الرقابة وعملياتها، عندما يتم حصرها ومقارنتها ببعضها البعض، تشكل مرآة إيديولوجية تعكس بشكل سليم الشواغل الأخلاقية للمجتمع، وتظهر عتبات التسامح المتعارف عليها على مدار تطورها في سياق محلي وفي الزمن تاريخي.

2.3 النجم واختراع الجسد السينمائي

ليس من السهل تحديد ماهية النجم. ولكن عندما نُسأل في ذلك يمكننا بسهولة التمييز بين النجوم ومن هم ليسوا كذلك من الممثلين السينمائيين. تتبادر إلى الذهن على الفور أسماء مثل جيمس دين James Dean، ليوناردو دي كابريو Leonardo DiCaprio، براد بيت Brad Pitt، سكارليت جوهانسون Scarlett Johansson، مونيكا بيلوتشي Monica Bellucci، مارلون براندو Marlon Brando، جورج كلوني George Clooney، آلان ديلون Alain Delon، إلزابيث تايلور Elizabeth Taylor، آفا جاردنر Ava Gardner أودري هيبورن Audrey Hepburn، بريجيت باردو Brigitte Bardot، كاثرين دينوف Catherine Deneuve، إلخ. اليوم، تتصدر العناوين التي تتحدث عن «نجوم الغد» بانتظام عددًا كبيرًا من المجلات التي تعبر عن «الصيحات الجديدة»، في محاولة للرهان على «الوجوه» التي ينبغي تتبع أخبارها، ولإثارة الضجيج حول ممثلين مثل نيل باتريك هاريس Neil Patrick Harris، جياني جياردينيلي Gianni Giardinelli أو كلير دينز Claire Danes. وهكذا فإن لكل جيل نجومه، ويمكننا بشكل معكوس القول إن مجموع أسماء تلك النجوم يعبر عن خصائص جيل بعينه. ومع ذلك نتوقف عند اسم استثنائي في قدرته على عبور الأجيال: مارلين مونرو Marilyn Monroe. عن الممثلة مارلين، يقول المخرج بيلي وايلدر Billy Wilder:

«لم أعلم أبدًا ما الذي يعنيه «أن تكون مارلين». أبدًا لم أعلم. كانت مارلين دومًا غير متوقعة، لم أكن أعلم ما سوف تفعل، وكيف ستؤدي مشهدًا ما. كان يتوجب علي إقناعها بأن تقوم بدورها بشكل مختلف، أو أن أؤكد وأقول: «هذا جيد جدًا»، أو «افعليها على هذا النحو». ثم

هناك الفستان الذي ترفعه الريح وهي تقف هناك ... لا أعرف لماذا أصبحت مشهورة إلى هذا الحد. لم أعرف أبدًا. كانت، في نهاية الأمر، نجمة».
(Crowe: 2004, p. 136)

المثال الثالث والأخير على ما أطلقنا عليه «العقد السينمائي» -تلك العلاقة المتأسسة بين حقل السينما والمجال الاجتماعي والقابلة للفحص الموضوعي- سوف يدور إذن حول النجم. نشأ النجم «كأداة تأسيسية» في السينما الأمريكية منذ عام 1910، وهو يلعب دورًا محوريًا في العديد من الصناعات القومية للسينما، في فرنسا، وألمانيا، وبريطانيا العظمي، أو في الهند. يهتم علم اجتماع السينما بالنجم بشكل خاص لأنه، كما يقول إدجار مورين، يمس العديد من الجوانب الاجتماعية التي تشكل المادة السينمائية، والتي تتعلق بـ:

1. بالسمات الفيليمة للحضور الإنساني على الشاشة وقضية الممثل. - 2. العلاقة بين المتفرج والعرض، أي عمليات الإسقاط والتماهي النفسية والوجدانية المرتبطة بالعرض الحي خاصة في القاعات المظلمة - 3. الاقتصاد الرأسمالي ونظام إنتاج الأفلام. - 4. التطور الاجتماعي التاريخي للحضارة البرجوازية . (Morin: 1972، p. 10)

من السهل إدراك التطورات التي تستند اليوم على النقطتين الأخيرتين اللتين ذكرهما مورين: يمكننا بالفعل تبين واحدة من تلك التطورات في مجتمعاتنا المعاصرة في استخدامات مسمى «نجم»، الذي لم يعد قاصرًا على عالم السينما، ولكنه يمتد إلى عالم الرياضة والتلفزيون والأغنية والموضة. في السنوات الأخيرة في فرنسا تم منح رياضيين مثل زين الدين زيدان Zinédine Zidane، ومغنيين مثل ميلين فارمرMylène Farmer، والممثلين في المسلسلات الكوميدية (سيت كوم) مثل سيباستيان روش Sébastien Roch أو عارضات الأزياء مثل نعومي كامبل Naomi Campbell، لقب «نجم». بالنسبة لعالم الاجتماع، السؤال هو ما إذا كانت هذه الاستخدامات المتنوعة للكلمة قابلة لأن تغطي حقيقة مشتركة

بينها. لماذا وبشكل مفاجئ أصبح كل هؤلاء يوصفون بالنجوم (وكثيرًا ما يكون ذلك بشكل مؤقت)؟ عندما نقارن تلك الاستخدامات ببعضها البعض، فإن الفرضية الغالبة تتجه إلى المنطق الاقتصادي الذي استخدمته هوليوود في صنع النجوم الذين كرستهم، وذلك منذ بداياتها الأولى. في كتابه «النجوم» *Stars* المنشور عام، 1979 يحلل عالم الاجتماع ريتشارد داير Richard Dyer تلك الظاهرة، ويقدم عرضًا دقيقًا للكيفية التي يشارك بها النجم -الذي لا يقاوم، وبالتالي فهو يدر أرباحًا ضخمة للمستثمرين- في تدعيم المنطق الرأسمالي. الرياضة، والموضة، والتلفزيون، والأغنية أو الفيلم كلها تقوم الآن على استثمارات مماثلة. تعتمد هذه الصناعات على أنماط متشابهة من الإخراج الإعلامي الذي يسلط الضوء على أفراد بعينهم يكونون قادرين على «التقاط» الأضواء بشكل أفضل من غيرهم: لذلك فمن الطبيعي أن يتم تعميم ظاهرة «النجم» في جميع تلك الأوساط.

يعتمد نهج داير ذو المنطلقات الماركسية الواضحة، على فكرة مؤداها أن النجم -الذي هو نتاج للأيديولوجية السائدة في المجتمعات الصناعية الغربية- يشغل وظيفة قوامها الترويج لهذه الأيديولوجية. لذا علينا أن نتساءل كيف تهيمن الأيديولوجية السائدة إذا أردنا أن نفهم كيف يلعب النجم تلك الأدوار في إطار هذه الأيديولوجية. الجواب الذي قدمته الماركسية بسيط: لا يمكن لأيديولوجية أن تكون مهيمنة إلا إذا نجحت في إقناع المجتمع بأنها تدافع، لا عن مصالح الطبقة السائدة وحدها، إنما في إقناعه بأن هذه المصالح هي قيم يجب أن يتفق عليها المجتمع بأسره. هي تحاول فعليًا تمكين رؤية موحدة و«صحيحة» للعالم من الواجب أن تفرض نفسها على جميع الأفراد بشكل طبيعي. بهذا المعنى يبين داير Dyer أن السينما، بوصفها وسيط لثقافة الجماهير، تعتمد بشكل كبير على النجوم الذين تصنعهم لكي يقوموا بتمرير قيم الأيديولوجيا السائدة، وخاصة إخفاء التناقضات التي يمكن أن تولد داخل تلك الأيديولوجيا. على سبيل المثال، عندما تقدم السينما -كما تفعل ذلك عادة- ما يمكن أن يكون موضوعًا للصراعات الاجتماعية في شكل قصة تظهر مواجهة بين شخصين، فهي تساهم في تحويل صراع الطبقات إلى قصص فردية وفريدة. يقدم تحليل داير شرحًا لأغراض النظام الذي يقوم عليه هذا المنطق الاقتصادي عندما يستخدم النجم، إلا أنه لا يشرح كيف تعمل الديناميات الاجتماعية المرتبطة بوضعية النجم، ولا يفسر كيف يتم تكريس صفة النجومية لبعض الأفراد دون الآخرين في السينما. غير أن المنطق الاقتصادي يعمل بكفاءة لأنه يكون

مصحوبًا بمنطق رمزي، كما هو الحال غالبًا في المجتمعات الصناعية. هذا المنطق الرمزي يتأتي أولًا من تفرد النجم الذي تتميز صورته بمفارقات تتمتع بقبول اجتماعي، وهو ما يمنحه مكانة استثنائية.

> «ليس لدى النجم سلطة حتى مع قوته، هو يتميز عن الناس العاديين، لكنه «مثلك ومثلي». هو يتمتع بحصوله على أجور باهظة، لكن جهده الفعلي لا يظهر على الشاشة. تبدو الموهبة شرطًا ضروريًا للنجومية، لكن لا يوجد ارتباط منهجي بين مهارات التمثيل والنجومية. من المفترض أن تكون الصلة ضعيفة بين الحياة الخاصة للممثل وبين مهنته، لكن صورة النجم تعتمد إلى حد كبير على الجوانب الحميمة في حياته: «علاقات الحب، والزواج، وأذواق الملابس، والحياة الأسرية...»».
> (Allen, Gomery: 1993, p 202)

لا يصبح أي شخص ممثلًا سينمائيًا، يجب بذل الجهد من أجل الوصول إلى هذا الهدف، ولا يتم إضفاء صفة النجومية على جميع الممثلين السينمائيين. لا يتعلق الأمر هنا بالعمل لكن بالهالة، هالة سحرية تخلق وهمًا بأن النجم قد وصل إلى الموقع الذي يشغله لأن لديه استعدادًا مسبقًا، لأنه هو «المختار». وبسبب مكانته، فإن النجم يتواجد بعيدًا جدًا عن أولئك الذين «يعبدونه»، لكنه في نفس الوقت أقرب إليهم من أي ممثل آخر، لأنهم يعدونه واحدًا منهم: فلو كان لديهم نفس تلك الهالة، لكان من الطبيعي أن يكونوا مكان النجم الذي يعشقونه. تفسر جزئيًا حالة النجم تلك -والتي يُعتقد أنها متاحة لأي مجهول تحل عليه النعمة- تسامحنا مع كل تصرف مغالى فيه قد يرتكبه النجم، بل إنه أحيانًا ما يفعل ذلك باسم محبيه. فمن الأعراض الشائعة لتلك الحالة ما يدفع زوجين لإعطاء ابنتهما اسم إلزابيث Elizabeth عندما يكتسح فيلم «كليوباترا» Cléopâtre الشاشات، أو إسم جيمس لابنهما عندما يكون شون كونري Sean Connery في ذروة مجده. تنبع هذه «الأسماء السينمائية» من موقف قوي يعادل إعطاء أبوين مؤمنين ابنهما اسم أحد القديسين. ويعبر هذا الموقف بوضوح عن محاولاتنا بناء علاقة رمزية مع صورة العالم الذي يناسبنا، تلك الصورة التي تصبح فجأة ملموسة ومن

الممكن الاستحواذ عليها من خلال اسم النجم الذي نحبه، ومعه نخلق نوعًا من النسب. بهذا المعنى، يشكل أسلوب حياة النجم خطابًا جماليًا بقدر ما هو اجتماعي، ولهذا السبب «فإن كلماته غير المهمة يتم الترويج لها وتكرارها والتعليق عليها إلى ما لا نهاية». (Kessel: 1937, p. 79) لفهم مواقف «المعجبين» في إطار المنهج اجتماعي، لا يجب مع ذلك النظر إليهم بتعالي المثقفين الذين يعتقدون أن «لا أحد سواهم في دور السينما يستطيع معرفة الفرق بين المعروض على الشاشة والحياة. المتفرجون يعرفون الفرق. [إن ما يجعل النجوم مثيرين للاهتمام من المنظور الاجتماعي، هو اختفاء هذا الفرق عندما يتعلق الأمر بهم]: تتواجد أساطير النجوم في منطقة مربكة يختلط فيها الإيمان بالترفيه [...]. فظاهرة النجوم هي جمالية -سحرية- دينية في آن واحد، وهي لا تتصف بواحدة من تلك الصفات دون الأخرى إلا عندما تصل إلى حدودها القصوى». (Morin: 1972, p. 8) إن ما يدعو الأفراد إلى تبجيل نجوم السينما، من وجهة نظر إدجار مورين، يعود بأسبابه إلى تطور اجتماعي عميق متأصل في نبضات عالمنا المعاصر:

> «تثبت فردية الإنسان نفسها [في هذا العالم] وفقًا لحركة تتشكل من خلال التطلع إلى العيش في صورة آلهة، وإلى المساواة معهم، إن أمكن. [...]. يتوافق النجوم الجدد القابلون لأن يشبهوننا، من يمثلون الحياة النموذجية، مع اتجاه متزايد من قبل الجماهير للخلاص الفردي. في هذه المرحلة الجديدة من فردية الإنسان، تتجسد متطلباته داخل نظام جديد من العلاقات يقع بين الحقيقي والخيالي. نفهم الآن المعنى الكامل لجملة مارجريت ثورب Margaret Thorp الدقيقة: «تعدّ الرغبة في إنزال النجوم إلى الأرض واحدة من الاتجاهات الأساسية لهذا العصر». (Morin: 1972, p. 34-35)

وبالتوازي مع حركة «إنزال النجوم إلى الأرض»، تنشأ حركة عكسية تسمح لمشاهديهم بالاعتقاد أنهم يستطيعون الارتفاع من خلال استعارة ما يمكنهم الوصول إليه، وأوله هو «أسرار» جمال نجومهم. فالسينما تعمل على إبراز جسم النجم من خلال الإضاءة، وتستغل الجاذبية الفوتوغرافية للوجوه، وتشكل من صورة الجلد المقرب إلى أقصى حد على الشاشة

العملاقة منظرًا طبيعيًا. كما أشار جورج فيجاريلو Georges Vigarello منذعام 1935، في كتابه «**تاريخ الجمال**» *Histoire de la beauté*، ستستغل المجلات النسائية فكرة إمكانية الوصول إلى شكل النجم. في ملف بعنوان «مصنع النجوم»، تكتب محررة في مجلة «جمالك» *Votre beauté*: «النجوم ليست مصنوعة من طبيعة مختلفة عن الآخرين». وتمضي مجلة ماري كلير *Marie-Claire* في نفس الاتجاه من خلال تطوير فكرة مؤداها أن النجوم لديهم مثابرة خاصة تمكنهم من الوصول إلى ما هم عليه، هذا هو كل ما في الأمر، وهي مثابرة بوسع أي امرأة، إذا توفرت لديها الإرادة، أن تتصف بها.

> «ألا يدعي ستيرنبرج Sternberg أنه حول مارلين ديتريش Marlène Dietrich؟ خدود عميقة، حواجب تم تهذيبها، وجه دقيق ومدبب، جسم أكثر نحافة، [...]: مارلين هوليوود تجعل المرء ينسى مارلين برلين الأكثر بدائية. فوجهها الذي أصبح أكثر غموضًا، وجسدها الأخف وزنًا قد ابتلعا المثلة القديمة ذات الملامح الطفولية المائعة. لماذا لا يتم استلهام تلك النماذج؟ الحجة المقدمة مبالغ فيها بالطبع: هذه التحولات تحافظ على مفهوم الجمال، لكنها تحول الوعي به». (Vigarello: 2004, p.214).

باختراعها لجسد النجم، تجعل السينما -وهي أداة ثقافة الجماهير في القرن العشرين- من مطالبات القرن التاسع عشر بتوزيع اجتماعي عادل للجمال، أمرًا في متناول اليد. ولكنها بتقديم جمال يسهل الوصول إليه، لا تنسى في نفس الوقت أن تقدم تكلفته، وهي تكلفة تتناسب تمامًا مع قيم المجتمعات الرأسمالية: تكلفة الجدارة والإرادة.

الفصل 4
تلقي الأعمال السينمائية

في إطار محادثة تضم عدة أشخاص، من الوارد أن يبدأ الحديث في لحظة ما عن السينما دون أن يكون لدى هؤلاء الأشخاص شغف خاص بالفن السابع. يعود ذلك أولًا وقبل كل شيء إلى عدد من الميزات التي تجتمع في السينما كمادة للحديث تتوظف فيها «القواعد الأخلاقية الرئيسية الثلاث لديمقراطية الحوار» (Flahault: 1999). القاعدة الأولى هي «تناوب الحديث»: فمن الضروري أن يتم تداول الكلمة بحيث يمكن للجميع الاستمتاع بالمحادثة وبالتالي المشاركة فيها. فأسئلة من نوعية: «بالمناسبة، ما هو فيلمك المفضل؟» أو : «وأنت، ما هو آخر فيلم ذهبت لمشاهدته؟» تسمح بتدفق الحديث وتشحذ كذلك الرغبة في الاستماع لدى المتحدثين المختلفين لأنها تسمح بقياس مدى التقارب في الأذواق. القانون الثاني يفترض أن كل متحدث يمكنه أن يميز في ما يقول الآخر ما يراهن عليه هذا القول، خاصة عند نشوء جدل. وبشكل عام يوجد رهانان في أي حوار: الأول حجاجي بحت، ويتعلق بإظهار الحماس لما نتحدث عنه لتنشيط النقاش؛ أما الثاني فأكثر عمقًا، ويختص بتأكيد الذات وسط الآخرين ونيل الاعتراف بالوجود. هنا أيضًا تمثل السينما موضوعًا رائعًا، حيث يمكن للمرء أن يناقش بشغف السمات التقنية أو الفنية للفيلم والتعبير عن اتفاقه أو اختلافه مع النقد الذي أثاره الفيلم. ومن ناحية أخرى يمكننا الإعلان دون صعوبة أن «سر جبل بروكباك» *Brokeback Mountain* لأنج لي Ang Lee ، و«الفلاح الصغير» *Petit Paysan* لهوبرت شارويل Hubert Charuel أو «الرغبة في الصيد» *Will Hunting* لجوس فان سانت Gus Van Sant هي أفلام مهمة في «مهنتنا» كمتفرجين: من السهل هنا التمييز بين ما هو مطروح للنقاش وما يتعلق بتأكيد الذات. القانون الأخلاقي الثالث والأخير للمحادثة «يتعلق بموضوعات الحديث وكذلك باللغة المستخدمة في تناولها» والتي يجب أن تتناسب بقدر الإمكان مع كل من يشارك في المحادثة. (Flahault : 1999, p. 77). دائمًا ما يوجد شعور بعدم الراحة في محادثة نشعر فيها أننا غير قادرين على النطق بكلمة واحدة، إما لأننا ثقافيًا نشعر بالنقص، أو لأن المفردات المطلوبة للحديث لا تبدو متاحة لنا. إلا أن الفرص تنعدم -وبشكل شبه إحصائي- لوجود شخص لم يحدث وأن شاهد فيلمًا سينمائيًا من قبل، وبالتالي

ألا يجد هذا الشخص أي شيء يقوله عن الفيلم. وحتى لو وجد مثل هذا الشخص، فلا بد أنه يقاوم السينما إلى حد، تصبح معه تلك المقاومة مبررًا في حد ذاته لبدء حديث معه حول هذا الموضوع.

مما تتشكل أحاديثنا عن السينما؟ غالبًا ما تتعلق بالأفلام التي نحبها أو تلك التي نكرهها، بما رأيناه مؤخرًا أو بالأفلام التي تحتل مكانة خاصة لدينا، تلك التي نوصي بها، وتلك التي تشكل بالنسبة إلينا (أو بالنسبة للآخرين) «موضوعيًّا» فيلمًا جيدًا أو سيئًا، أو بالسبب الذي جعلنا نقرر الذهاب لرؤية هذا الفيلم أو ذاك في قاعة السينما، أو شراء أو مجرد تأجير هذا الـ DVD أو ذاك، أو «بالنجاح المذهل» أو «الفشل غير المفهوم» الذي واجهه فيلم ما، وهو ما نحاول بطريقتنا أن نشرحه. لكن هذه المحادثات تتعلق أيضًا بوعينا بالسينما، بالطريقة التي نعيش بها علاقتنا بالأفلام بالمعنى الواسع، بما يؤسس لشغفنا أو لامبالاتنا بالفن السابع، بممثلينا أو مخرجينا المفضلين، بالمراجعات النقدية التي قرأناها أو القاعات التي نحب ارتيادها بشكل خاص. في ضوء محادثاتنا، تبدو السينما كوسيلة بسيطة وفعالة للغاية لتقييم بعضنا البعض، بناء على أذواقنا ومعايير حكمنا ورصيدنا الثقافي والطريقة التي كونًّا بها هذا الرصيد وجعلناه يثمر (Ethis: 2013).

لا تتيح كل الممارسات والموضوعات الثقافية عقد حوارات تتقارب -بهذه السهولة والبساطة، من خلال الأفعال والكلمات- مع ما يعتبر علم اجتماع تلقائي، يمنح الجميع و«بثمن زهيد، وهم المعرفة الفورية وثرائها اللانهائي». (Bourdieu, Chamboredon, Passeron: 1968, p. 27) إن أي حوار مع شخص ما عن السينما بشكل عام، أو عن فيلم معين، دائمًا ما يوفر لنا إمكانية لتحديد أو حتى تصنيف هذا الشخص وكلامه على أساس معاييرنا للشرعية الثقافية (Ethis: 2013). إلى جانب ذلك، غالبًا ما ندرك في هذا النوع من الحوارات أننا نمتلك جميعًا استعدادًا حقيقيًّا للتصنيف التراتبي للأذواق والممارسات. إذا كان الذهاب إلى السينما لا يزال يشكل الممارسة الأولى التي يختارها الأزواج للنزهة في بداية علاقاتهم العاطفية، فذلك على وجه التحديد لأن التشارك في الفيلم يقدم لكل طرف طريقة سريعة لاختبار الآخر في حميميته. وعند الخروج من القاعة العرض، عندما يضع الآخر جل همه في إفهامنا أنه يكره هذا الفيلم الذي مسنا بعمق، يمكننا عندئذ أن نتبين بوضوح وجود غياب للتوافق الثقافي

يتجاوز بكثير رد الفعل النقدي البسيط تجاه العرض الذي حضرناه.

من الضروري أن نضع في الاعتبار كل تلك الملحوظات عن الأحاديث التي نجريها جميعنا حول السينما، عندما نرغب في تجاوز مستوى تلك «السوسيولوجيا العفوية والبسيطة التي تتعلق بتلقي السينما»، والتي تسكن حياتنا اليومية. لذلك يجب تَذَكُّر أن تعريف السينما هو أبعد ما يكون عن التجانس. يكفي أن نسأل أحدهم: «كم عدد الأفلام السينمائية التي شاهدتها على مدار عام؟»، وذلك خارج أي سياق يتعلق بإجراء تحقيق عن هذا الموضوع، لكي ندرك أن استدعاء الذاكرة، وما نقصده بـ«أفلام السينما»، يؤديان إلى عدم اتساق الإجابات. بعيدًا عن أرقام شباك التذاكر، من المهم التَذَكُّر أن علم اجتماع للسينما لا يعتمد سوى على بيانات مصدرها تصريحات شخصية (cf. Fabiani: 2004, p. 77) تتأثر بالضرورة بما يلي:

- القدرات المتفاوتة على شحذ الذاكرة (والمبنية على تجارب اجتماعية متنوعة للغاية لما نعده حدثًا لا يُنسى)،
- التنويعات الموضوعية في تعريف «فيلم السينما»،
- تعددية أشكال «السلوك المخادع» التي تظهر بقوة في التصريحات المتعلقة بالممارسات الثقافية، والتي تدفع عددًا كبيرًا ممن يجيبون على أسئلة تحقيق ما إلى التحدث في كثير من الأحيان عن أفلام لم يشاهدوها.

التحقيقات الاجتماعية المختلفة التي سنتعرض لها في الصفحات التالية والمتعلقة بتلقي الأعمال السينمائية تأخذ في الحسبان بالطبع تلك الاعتبارات المنهجية المسبقة والأساسية. يتعامل الجزء الأول من هذا الفصل مع ثلاثة أسئلة مطروحة في السياق الأكثر مباشرة لتلقي الأعمال: كيف تختار الفيلم عندما تقرر الذهاب إلى السينما مع آخرين؟ ما هي المعايير التي تجعل الفيلم جيدًا أو سيئًا؟ هل نندمج جميعنا بنفس الطريقة في الزمن الذي تفرضه علينا آلية العرض السينمائي؟ الجزء الثاني من هذا الفصل مخصص لمختلف جوانب تعريف ثقافاتنا السينمائية وبناء هوياتنا كمشاهدين، سواء كانت تتعلق بمواصفات «السينيفيل» أم بممارسات أكثر اعتيادية في مشاهدة السينما.

1. حول بعض طرائق ممارسة السينما وإدراكها

1.1 لغز القرار عند شباك التذاكر السينمائي

إذا أردنا أن نفهم، مع عالم الاجتماع، ما هي الدوافع التي تقود المتفرج إلى اختيار هذا الفيلم أو ذاك عندما يتواجد في مجمع سينمائي، نجدنا أمامنا خيارين. يتمثل الأول في سؤال هذا المتفرج عن عاداته السينمائية وعن دلالة خياراته المختلفة للأفلام، بهدف محاولة صياغة مواصفاته كمشاهد. من خلال تقريب هذه المواصفات الشخصية بأخرى تم التعرف عليها بنفس الطريقة، يصبح لدينا فرصة جيدة للعثور على أوجه للتشابه بين المواصفات الشخصية للمتفرجين، مما يسمح بتحديد مجموعات من المتفرجين لديهم ملامح متشابهة. لا يعتمد الخيار الثاني على دلالة خيارات المتفرج في حد ذاتها، ولكن على تحليل القرارات المختلفة التي اتخذها لعمل هذه الخيارات (Ethis: 2007). تعتمد قراراته، مثلها مثل أي قرار، على الموقف الذي يتم اتخاذها فيه، وهو موقف يحدد مستويات الحرية المتوفرة لدى المتفرج. ما يعرفه العديد من المتفرجين عندما يذهبون إلى مجمع سينمائي هو أن هذه الأماكن تقدم لهم مجموعة واسعة من الخيارات، حيث أن معظم هذه المجمعات مجهزة بعشر شاشات على الأقل. ما تشير إليه غالبية استطلاعات الرأي التي أجريت منذ نشأة تلك المجمعات، هو أن 35 إلى 40٪ من المتفرجين الذين يذهبون إلى السينما برفقة شخص أو أكثر لا يعرفون مسبقًا ما الذي سيشاهدونه. نفهم جزئيًا هذه النسبة من خلال الأمل الذي يعقده بشكل أو بآخر هؤلاء المشاهدون في العثور في جملة المعروض، على فيلم واحد على الأقل يرضيهم. ولتحقيق هذا الوعد، يقوم المجمع السينمائي ببرمجة العروض بحيث تكون متزامنة ويتيح زمن العروض الموحد نسبيًا نجاح عملية الاختيارات بين الأفلام المختلفة. يمكننا في بعض الأحيان ملاحظة مجموعات من المتفرجين يقررون الانفصال حين لا يمكنهم الاتفاق على فيلم، فيتوزعون في قاعات مختلفة ثم يلتقون عند الخروج. لكن هذا السلوك، الذي غالبًا ما يتم تقديمه في الحجج التسويقية التي تمجد مزايا المجمع السينمائي، يظل مع ذلك هامشيًا: عندما يقرر المرء أن يذهب إلى السينما في مجموعة، نلاحظ دائمًا وجود رغبة مشتركة بين أعضاء المجموعة في الحفاظ على وحدتهم من أجل التشارك جماعيًا في مشاهدة العرض. وهو ما يتعلق بمعنى «الوجود معًا» الضروري، والذي يُنبئ بالتحالفات والانقسامات التي ستنشأ في نهاية العرض من خلال الآراء

التي سيصدرها كل منهم عن الفيلم. لذلك نفهم الأهمية الرمزية لقرار اختيار الفيلم وضرورة الاحتكام إلى حل وسط يخضع له أفراد المجموعة التي ستشاهده. لذا يشرح أحد المتفرجين في مجمع سينمائي بأفينيون يبلغ من العمر 25 عامًا - M. K، بنبرة لا تخلو من جدية، كيف أنه يتجنب الظهور في صورة قائد المجموعة البارز فيما يتعلق بالاختيارات التي يتخذها مع أصدقائه الثلاثة عندما يقررون الذهاب إلى السينما:

> «لديّ القليل من الخبرة الآن، وأعرف أنه بصرف النظر عن اثنين أو ثلاثة ممثلين وممثلات نحبهم جميعًا، يجب الابتعاد عن النجوم المتصدرين لملصقات الأفلام التي ستفرّقنا بالتأكيد. نتجنب أيضًا الإصدارات الضخمة مثل «قراصنة الكاريبي 2» أو «3» *Pirates of the Caribbean*، كما نتجنب بشكل منهجي السلاسل. هذه هي بالأساس معاييرنا في الاختيار... إلى جانب ذلك، قرراتنا تُتخَذ بناءً على ما شاهدناه من إعلانات الأفلام، أو على ما سمعناه في الكلية. لكن هنا أيضًا من الممكن أن يكون الأمر متناقضًا للغاية، مثل «ما بين الحيطان» *Entre les murs* للمخرج لوران كانتي Laurent Cantet أو «رباط الدم» *Les Liens du sang* لجاك مايوه Jacques Maillot ... كذلك أدركت مؤخرًا بشكل عرضي، أنه حتى عندما نتناقش إلى أبعد مدى فيما يمكن أن نراه، فإننا نتردد دائمًا حتى آخر لحظة بين فيلمين أو ثلاثة أفلام، ونؤجل القرار حتى نصل إلى الخزينة لشراء التذاكر».

لذلك إذا اعتبرنا أن 35 إلى 40٪ من المتفرجين من ذوي الصحبة لا يعرفون ماذا سيشاهدون حتى لحظة وصولهم أمام الخزينة، عندئذ يجب علينا التدقيق في تعليقاتنا التي غالبًا ما تكون متسرعة، والتي نتسلح بها لفهم تصنيف الأفلام الروائية في شباك التذاكر. من هنا نطرح الفرضية التالية: ماذا لو كان نجاح الفيلم يتقرر في الثواني القليلة التي تسبق شراء التذكرة؟ ما الذي يحدث في تلك اللحظة بالتحديد عندما تتلاشى كل شكوك المجموعة في القرار النهائي الذي يؤدي بكل فرد إلى دفع ثمن مقعده في قاعة السينما؟ إن أقل قرار يتخذ في قلب المجموعة -التي يشكل تبادل الأنشطة أو الخبرات الاجتماعية

عنصرًا مركزيًا وهيكليًا فيها- مثل قرار اختيار فيلم لمشاهدته معًا- من الممكن أن تترتب عليه آثارٌ ضخمة، وذلك بصرف النظر عن القواعد المحتملة التي تفرضها المجموعة على نفسها[1]. وتجدر الإشارة إلى أنه إذا سألنا كل عضو من المجموعة بشكل منفرد ومسبق، أي قبل أن يتشاور مع المجموعة، غالبًا ما تتلاقى الاختيارات الفردية في خيار متماثل، وإن كان ليس هو نفسه ما اتفق عليه الأعضاء عند تجمعهم، وهذا ما يبرر بلا شك حقيقة أن عمليات صنع القرار غالبًا ما يُنظر إليها على أنها لغز. ولكن فقط الملاحظة المباشرة لعملية اتخاذ القرار هي التي تسمح بكشف المعنى العام للاختيار، وذلك عند النظر إليها بشكل متكامل حتى لحظة شراء التذكرة: أولًا، هناك نوع الفيلم الذي يفرض نفسه كسبب للرفض -نحن نعلم أن بعض أعضاء المجموعة يكرهون أفلام الغرب الأمريكي ونحاول احترام هذا الاختيار؛ ثم نتردد بين فيلمين أو ثلاثة أفلام «محايدة قدر الإمكان»- تلك التي سمعت عنها المجموعة بأكملها من خلال وسائل الإعلام أو الكلام الشفاهي؛ في نهاية الأمر سيتبين لنا أن ما يحسم القرار هو فقط بضع كلمات يتم تبادلها خارج أي منطق جدلي. يتم تبادل هذه الكلمات مع أول ممثل مؤسّسي للسينما، وهو موظف الخزينة: امرأة في الغالبية العظمى من الحالات. من هي؟ بشكل عام، هي شخص مجهول ولكنها شخص مجهول يتولى مهامًا وظيفية! عادة ما يقتصر دورها على بيع التذاكر وجمع الأموال. ومع ذلك وعلى الرغم من أنها لم تتدرب حقًا على توجيه النصائح فيما يتعلق بأفلام السينما، عادة ما توكل إليها تلك المهمة من قبل المتفرجين المترددين. بهذا المعنى، فإن السلوك الذي يتعلق بترك قرار المجموعة إلى موظفة الخزينة يقع في دائرة «الأفعال العاطفية» كما تم تعريفها في تصنيف فيبير Weber:

> «يقع السلوك العاطفي البحت عند حدود الدوافع الواعية التي توجّهنا من خلال معنى ما، وغالبًا ما يتجاوز السلوك العاطفي تلك الحدود. من الممكن أن يظهر في شكل رد فعل منفلت لمثير يأتي من حياتنا اليومية. عندما يتحول النشاط المتأثر بالعواطف إلى تصريف واعٍ للمشاعر فنحن بإزاء شكل من أشكال التسامي[2]: يتخذ السلوك العاطفي في معظم الأحيان

(1) بهدف مواجهة المشكلات المحتملة والمرتبطة باتخاذ قرار اختيار الفيلم، أحيانًا ما تفرض المجموعة على نفسها قواعد تحد من العواقب المحتملة للخيارات الفردية، من خلال السماح بها استنادًا على قاعدة مثل: «سيتم اختيار الفيلم كل أسبوع بواسطة عضو مختلف بيننا». ويكون الاختيار الفردي مقبولًا بشكل أفضل من قبل المجموعة كلما اعتمدت تلك القواعد على معايير موضوعية وعقلانية.

(2) آلية نفسية تهدف إلى تحويل وتوجيه بعض الغرائز أو المشاعر نحو أهداف ذات قيمة اجتماعية أو عاطفية أسمى. (المترجمة)

(ولكن ليس دائمًا) طريقه نحو الفعل الذي يخضع لمنطق القيمة أو ذلك الذي يخضع لمنطق الغاية، أو كلاهما معًا». (M. .(Weber: 1971, pp. 22-23

القرار «غير العقلاني» الذي يتمثل في الانسياق وراء اختيار نهائي تم اتخاذه من خلال الحوار مع موظفة الخزينة يمس عملية ذهنية بل وعقلانية من حيث أنها تربط بشكل واعٍ وسائل بغايات نسعى إلى بلوغها.

وبالتالي، فإن أولئك المتفرجين المترددين الذين يوجهون خياراتهم وفقًا لـ«لمنطق القيمة» يبدو وأنهم يمتثلون لما يشبه التوجيه من موظفة الخزينة: ««الهوبيت» *Hobbit* ورحلته غير المتوقعة، نعم لا بد من مشاهدته» أو: ««الزائرون 3» *Les Visiteurs 3* ، كثيرون يشعرون بخيبة أمل عند المغادرة»، أو: «لن يكون لديك أي مشكلة في اختيار مكانك في «البومة» *Hibou* لرمزي Ramzy، فالقاعة فارغة كل ليلة». أما أولئك الذين يوجهون خياراتهم وفقًا لـ«لمنطق الغاية»، يضعون في الاعتبار النتائج الثانوية والمكاسب المحتملة للارتكان إلى رأي موظفة الخزينة: إذا أعجب الفيلم المجموعة، فيمكننا بسهولة إغفال الدور الذي لعبته بهدف الاستحواذ على الخيار الذي تم والاستمتاع به؛ أما إذا لم يعجب الفيلم المجموعة، فإننا نحيل المسئولية على الموظفة فهي التي «أخبرتنا أن فيلم «في آخر لحظة» *In extremis* فيلمًا رائعًا». تعمل الكلمات التي تبدو عادية والتي يتم تبادلها معها في كل هذه المواقف مثل «شفرات عليا»، كما عرفها لوسيان سفيز Lucien Sfez (Sfez: 1992)؛ هي قادرة على ربط الشفرات «التي تتولد أثناء التفكير» وسحبها داخل بعضها البعض، لتشغيل ديناميكية التحول الذي يقود إلى اتخاذ القرار. المحادثة الاستدلالية بين «المتفرج الحائر وموظفة شباك التذاكر» تدور في إطار محدود، حيث لدى كل منهما بضع ثوانٍ فقط للتفاهم السريع وتحديد الرغبات (Gumperz: 1982, p. 55-77). بالإضافة إلى ذلك تختار الموظفة دائمًا في إجابتها، الحد الأدنى من المخاطرة عن طريق التوصية بالفيلم (الأفلام) الذي يحقق أكبر قدر من توافق الآراء، بناءً على التذاكر التي باعتها بالفعل. لا يوجد نظام محدد يسمح لها بتوجيه نصائحها للمتفرج يعتمد على درايتها بالمستوى الدقيق لمعارفه الاجتماعية والثقافية، فالأمر يتعلق هنا بالاعتماد على حد أدنى من الثقة الثقافية بينهما. يمكن تشبيه هذه الثقة بأنها إعادة بناء اجتماعي

مستقر، وهو ما يشير إليه آدم بمفهوم الثقة trust: «هذا التصديق الذي نمنحه لأفراد في كل العلاقات الاجتماعية غير المحددة التي يميزها شك جذري، والتي نحتاج فيها إلى الارتجال» (Seligman: 1997). بالنسبة لـ Seligman، يميز هذا النوع من التفاعل - الذي نشأ في القرن السابع عشر في الغرب، المجتمعات التي ازداد فيها عدد الأدوار الاجتماعية وتنوعها. ومن هنا لم يعد بإمكاننا الحديث عن «عقد اجتماعي» يتضمن علاقة ثقة بالمعنى الحقيقي بين موظفة شباك التذاكر والمشاهد المتردد. الموقف ذاته لا يصلح لذلك. في نهاية المطاف، لم تجد المعضلة التي تتعلق باختيار الفيلم حلًا، لكنها انتقلت وتحولت. ومن هنا فإن مشغلي المجمعات السينمائية يجب أن يكونوا بلا شك أكثر يقظة عند تدريب عاملات شباك التذاكر. ومن جانبه، قد يتساءل المتفرج المتردد كيف وصل به الأمر إلى الابتعاد إلى هذا الحد عن اختياراته، بالنظر إلى المتعة -الحائرة هي الأخرى- التي كان يتمنى أن ينالها مع أصدقائه، حين وضع ثقته في اختيارات عاملة شباك التذاكر لقضاء ليلته السينمائية.

1.2 ما هو الذوق السينمائي؟

في نهاية العرض السينمائي، إذا ما كان دافعًا داخليًا هو ما يجعلنا للوهلة الأولى نميل نحو الإعجاب بفيلم ما أو كراهيته، فمن المألوف أيضًا أن تتم مراجعة وتصحيح هذا الدافع من خلال الضغوط الممارسة من السلطة الاجتماعية الخارجية والمعيارية، التي تحيل بشكل عام إلى «الذوق الجيد».» كل منا -يوضح لوران جولييه Laurent Jullier- مرّ بتجربة عدم الإفصاح عن رأيه: هذا المساء، جميع الضيوف ظرفاء، وكلهم أحبوا هذا الفيلم الذي أراه كعقاب ساحق. لذا فمن الأفضل ألا يتم استبعادي الليلة، فلنتحدث في شيء آخر .. وبالمثل، يوضح جودار -عندما يقوم بدور الناقد السينمائي- أنه »من الصعب تناول القهوة مع شخص ما، إذا كان عليك أن تكتب بعد الظهر أنه قام بعمل فيلم غبي». (Bergala : 1985, p. 216) كما هو الحال في معظم المجالات الفنية والثقافية، يشارك مجال النقد السينمائي -سواء كان احترافيًا أم لا- في «أيديولوجية الذوق الطبيعي» كما عرفها بيير بورديو Pierre Bourdieu في كتابه الشهير «التميز» *La Distinction*. تتمثل هذه الأيديولوجية بالنسبة لمن يعتقد في نفسه أنه «عارف» بالأفلام، في طريقة إظهار تميزه عن الآخرين، على أنه أمر بدهي

ومنطقي وأنه ينبع من الفطرة السليمة. هذه الأيديولوجية ترتبط بيقين لدى المتحدث، بامتلاكه الشرعية الثقافية والتمكن الذي يعرف الامتياز.

«"الذوق الجيد والطبيعي" الذي يسوقه هذا الشخص كحجة بديهية يُنتج تلك العلاقة المتناقضة التي هي مزيج من الجهل (النسبي) الواثق، والألفة السفيهة التي تميز علاقة البورجوازي العتيق بالثقافة، وكأن تلك الثقافة أملاكٌ عائلية يرى أنه الوريث الشرعي لها. إن أيديولوجية الذوق الطبيعي تستمد مظاهرها وفاعليتها -شأنها في ذلك شأن الاستراتيجيات الأيديولوجيات التي تتولد في الصراع الطبقي اليومي- من كونها تضفي صفة الطبيعية على الاختلافات، فتحول الاختلافات في طرائق احتياز الثقافة لاختلافات في طبائع الأشياء، وتمنح الشرعية فقط للعلاقة بالثقافة التي تحمل أقل قدر من العلامات الدالة على نشأتها وعلى تكونها، والتي لا تتضمن أي شيء تم "تعلمه"، أو "الترتيب له" أو "اصطناعه"، أو "دراسته"، أي شيء مكتسب من المدرسة أو من الكتب، علاقة تعبر بسلاسة وطبيعية عن أن الثقافة الحقيقية هي الطبيعة» (Bourdieu : 1979, p. 7073).

لذا فإن تعبير «الذوق الطبيعي» يسير جنبًا إلى جنب مع العناية الفائقة في إخفاء معايير تقييم الأعمال، وهو ما يعني:

«طريقة للحفاظ على الثقافة الطبقية التي تسمح بالانتقال في كثير من الأحيان من الهيمنة الرمزية إلى القمع الاقتصادي. ألعاب السلطة، المصالح الخاصة، جماعات الضغط التي تختفي وراء كلمات النقد، الحب المبني على المصلحة، تفضيلات تستند على شراكات مخفية تحت الادعاءات العلمية بقول الحقيقة، هذه هي الصورة المحزنة التي نتأملها إذا اقتربنا بطريقة براجماتية من نتائج استطلاعات الذوق».

(Jullier : 2004, p. 197-198)

إن المعايير التي يكيف النقد خطابه على أساسها، نادرًا ما تظهر بشكل صريح، ويساعد على ذلك أيديولوجية «الذوق الطبيعي». ومع ذلك، وبالنظر إلى تاريخ السينما، يتبين لنا أن الأفلام المعترف بها من قبل المؤسسة ومن قبل الجمهور تعتمد على خبرات جمالية تتميز بمعايير مشتركة وقابلة للانتشار. لأنه، كما يشير جان مارك ليفيراتو Leveratto, Jean-Marc

> «القيد المتمثل في الحاجة إلى إرضاء عدد كبير من المستهلكين شديدي الاختلاف بعضهم عن بعض لا يُنتج بالضرورة أفلامًا تفتقر إلى القيمة الفنية. هذا ما يسمح بالوقوف عند حقيقة مؤداها أن الأفلام المنتجة بهدف الترفيه التجاري صارت معترفًا بها اليوم، وتُحتسب أعمالًا عظمى في الفن السينمائي. [في الواقع]، يلعب المستهلك البسيط في النشاط السينمائي نفس دور الراعي أو جامع الفنون. فهو يعد حجة اقتصادية للتدليل على نجاح المشروع السينمائي بمنح التبرير اللازم للأموال التي تم إنفاقها عليه. إن قرار المتفرج التضحية بوقته وماله، وهو ما تتطلبه مشاركته في العرض، هو شرط نجاح لهذا العرض، ونسبة انتشار هذا القرار بين الجمهور هي ما يتيح الاختبار الفوري لمدى صحة الأحكام التي يطلقها مسئولو قاعات السينما والنقاد» (Leveratto : 2000, p. 246).

يتم تعلُّم السينما وتكتسب الخبرة في هذا المجال غالبًا خارج إطار التعليم النظامي، وتتطور هاتان المهارتان عبر عملية استهلاك الأفلام ذاتها، والتي وفقا للوران جولييه، تتولد من خلالها معايير اختياراتنا الفنية. يقدم كتاب لوران جولييه «**ما هو الفيلم الجيد؟**» *Qu'est-ce qu'un bon film?* مقاربة اجتماعية مقنعة تسمح بتحديد بعض المسارات التي يتخذها الحكم الذي يميز الفيلم «الجيد» عن الفيلم «السيئ»، وذلك على الرغم من أن الكتاب قد يبدو «ثقيلًا من وجهة نظر أنصار أيديولوجية الذوق الطبيعي، ولا طائل من ورائه من منظور أنصار الذاتية القصوى» (Jullier: 2004, p. 15). في الواقع، هناك فرقٌ بين الإعلان عن أن فيلم «عبور باريس» *La Traversée*

de Paris يعد فيلمًا عظيمًا، وأن «غبي المعمل رقم 4» *Le Fou du labo* IV هو على العكس عمل رديء من أسوأ نوعية، وبين محاولة إثبات ذلك. لكن مهمة التقييم تبدو على الرغم من ذلك أسهل في السينما منها في الفنون التشكيلية، حيث أن «الأعمال المتطرفة التي تُنتَج صراحة بهدف مساءلة المؤسسة ومعاييرها تعتبر شيئًا عاديًا في معارض الفن المعاصر، [بينما] نادرًا ما تقوم الأفلام التي تصدر كل أسبوع على شاشات الدوائر الرسمية بمسائلة طريقة لسرد القصص تمت بلورتها منذ الثلاثينيات». (Jullier: 2000, p. 11). ويقدم تحليل لوران جولييه ستة معايير يمكن الاعتماد عليها لتقييم الفيلم الجيد، في سبيل تحقيق غايته: (1) نجاحه؛ (2) جودته التقنية؛ (3) أصالته؛ (4) اتساقه؛ (5) بناؤه؛ (6) عاطفته.

اثنان من هذه المعايير هما معايير عادية، أي أنها تستخدم في إطار الممارسة «التلقائية» للنقد:

(1) الفيلم الجيد هو الفيلم الناجح. فالخطوات التي تقودنا إلى شاشة السينما هي: التوصيات الشفاهية، الحملات الإعلانية، نصيحة موظفة خزينة السينما، وغالبًا ما تعتمد على منح قيمة مسبقة للأفلام التي يبدو وكأنها تعدنا بقضاء أمسية ناجحة. «النجاح المبني على فضول المشاهد وعلى رغبة المشاركة في النسيج الاجتماعي من خلال مشاهدة ما يشاهده الجميع هي في الواقع عمليات متأصلة في الحياة الاجتماعية المبنية على سلوك القطيع» (Jullier: 2004, p. 65).

(2) الفيلم الجيد هو فيلم ناجح تقنيًا. البراعة التقنية وظروف التصوير الجيدة هي مرادف لعمل يسعى كل متفرج لمشاهدته والاستمتاع بدقة الإخراج فيه (Jullier: 2000, p. 15).

هناك معياران آخران يصفهما لوران جولييه بأنهما «متميزان» لأنهما يُستخدمان بالأساس من قبل كبار الخبراء أو النقاد المحترفين:

(3) الفيلم الجيد هو فيلم جديد. لا يتعلق الأمر باختراع أشكال سمع-بصرية، بقدر ما يتعلق بإعادة تدوير تعتمد على أساليب جديدة، أو بفيلم ينجح في جعل جمهورٍ كبير يتقبل أشكالًا تأتي من منطقة بعيدة نوعًا ما عن السينما الروائية، أو تجعله يتقبل عناصر نجدها فقط بالسينما الطليعية». (Jullier: 2000، p. 15).

(4) الفيلم الجيد هو فيلم متماسك. (التماسك هو قدرة العمل على ربط خصائصه الشكلية بمضمونه [...]. لكل سؤال يقدم الفيلم الجيد إجابات من داخل نظامه السردي، وليس أسئلة من نوعية «ولماذا لا؟»). (Jullier : 2000, p. 16)

المعياران الأخيران يشترك فيهما جميع المستخدمين:

(5) الفيلم الجيد هو فيلم نتعلم منه. الفيلم الجيد يعطينا درسًا مهمًّا أيًّا إن كان هذا الدرس. يمكن أن يكون درسًا في حسن التصرف (كيف يكون لباس الخروج)، درسًا في كيفية عمل الأشياء (فن يعلمنا كيف نرى، كما يفعل تاتي Tati في أفلامه)، درس حول «حقيقة الفعل».

(6) الفيلم الجيد هو فيلم يحرك المشاعر. فطعم السينما يرتبط إلى حد بعيد بالمتعة التي تمنحنا إياها، وبالمشاعر-الضحك والمخاوف أو الدموع- التي تثيرها. وجسد المتفرج هو أفضل أداة لقياس ذلك.

غالبًا لا يمكن فصل هذه المعايير الستة بعضها عن بعض، كما يؤكد لوران جولييه، وذلك إذا كنا حريصين على فهم المصير الذي يلقاه الفيلم عند صدوره. من الناحية الاجتماعية، ترتبط تلك المعايير بشكل وثيق بتعريف النماذج السائدة في عصر معين. في بعض الأحيان نجد أفلامًا تعتبر اليوم «أفلامًا عظيمة» -مثل «وقت اللعب» *Playtime* لجاك تاتي Jacques Tati -لم تحظَ بنجاح كبير عند صدورها، ولكن تم اكتشافها بعد بضع سنوات. وعلى العكس من ذلك، فإن أفلام Louis de Funès التي أشاد بها الجمهور الشعبي على نطاق واسع عندما عرضت في قاعات السينما واحتقرها المثقفون، قد أصبحت في يومنا هذا معترفًا بها من قبل جمهور كبير يعتمد في تقييمه للكوميديا الفرنسية على الكيانات الفكرية التي تمنح الشرعية. (Gimello- Mesplomb: 2003). كما يكتب إيف ميشو، Yves Michaud تأتي بانتظام تلك اللحظات «التي لا نبالي فيها بمعايير الموضة، أو التميز، أو الاستعلاء، تصبح هذه المعايير -مثل الكيانات الفارغة التي تحدد ما يتحتم أن نعجب به في إطار جماعة ما- معاييرًا ثقيلة بالنسبة لنا أو هي تثير اللامبالاة. عندئذ يفرض الذوق الشخصي نفسه من جديد، في شكل مختلف، شديد الذاتية، يولد شعورًا يصيغ مع الوقت، معيارًا

جديدًا. وهو ما يفتح الزمن والمكان على لعبة معايير جديدة» (Michaud: 1999, p. 121).

1.3 إدراك الوقت في السينما

في كتابه «حوارات حول السينماتوجراف» *Entretiens sur le cinématographe*، يصف جان كوكتو Jean Cocteau السينما بأنها وحيٌ مشكوكٌ في أمره بشكلٍ أو بآخر،

> «بمعنى أن السينما لا تستطيع الانتظار، بينما ينتظر الوحي في فنون أخرى، ويتعين رسمه أو نحته وهو في وضع الانتظار. [يضيف:] الناس يَشكون دائمًا من البطء أو من الطول في الأفلام التي يشاهدونها للمرة الأولى. وغالبًا ما يكون السبب في ذلك هو عدم اهتمامهم بالخطوط العميقة في تلك الأعمال، وينسون أن الأعمال الكلاسيكية تحتوي على الكثير من البطء والطول، لكنهم يقبلون ذلك لأنها كلاسيكيات» (Cocteau: 2003, p. 12).

إذا ما لاحظنا عالم اجتماع في قاعة السينما ستتأكد بلا شك مقولة كوكتو، لو أن هذا الأخير كان قد عبّر بشكل أوضح عما يقصده بـ«الخطوط العميقة»: فوجئنا جميعًا بأنفسنا ذات يوم، ونحن ننظر إلى الساعة في ظلام القاعة، بينما لم ينتهِ الفيلم بعد. لا يعد ذلك بالضرورة علامةً على الملل أو نفاذ الصبر. في بعض الأحيان قد يكون العكس. لأن التجربة السينمائية الأولى في الواقع -وهي التي ننساها عندما نركز بشكل أساسي على الصورة أو الصوت أو الإخراج، في تحليل الأفلام- هي التيه في زمن غير مألوف لنا، هو زمن الفيلم نفسه. يُغرق الفيلم المتفرج في معادلة زمنية غالبًا ما تجعله يفقد توازنه، ويسحبه نحو العالم الزمني الذي يعرضه. لذلك فإن النظر إلى الساعة يعمل كمنبه وكدعوة إلى العودة لزمن المتفرج الخاص، وإلى طريقته في أن يحيِي بشكل يومي ما يمكن تسميته بـ«هويته الزمنية الذاتية».(Ethis: 2004, p. 88-90) وكما يلاحظ نوربرت إلياس، Norbert Elias

> «إن تحديد الوقت يعتمد على القدرة الانسانية على عقد علاقة بين متتاليتين من التحولات أو أكثر، تعمل واحدة منها كمقياس زمني للأخرى أو للأخريات. يمثل هذا النوع من التركيب عملية معقدة إذ قد تكون المتتالية المرجعية شديدة الاختلاف عن تلك التي تتخذها وحدة للقياس». (Elias :1997, p. 81).

في الواقع، يتخلل الزمن الفيلم، ويحوله إلى هيكل مؤقت تنشأ فيه أشكال مختلفة للتلقي. يدخل الزمن في جميع مراحل علاقة المتفرج بالفيلم. فتلك العلاقة هي تواصل مع قصة متخيلة، وإعادة تفسير لهذه القصة المتخيلة، وهي تعتمد على الرموز والمهارات التي يُراهَن عليها في هذا التواصل، وعلى الظروف التي يحدث فيها، وعلى توقعات المشاهد نفسه، وعلى أنماط التلقي السينمائي التي تتخذ موقعها بين متلقي العمل والفيلم في إطار تلك الشروط.

ومع ذلك، هل يمكننا التحدث بشكل فعال عن وجود «أهمية للزمن» خاصة بالفيلم في حد ذاته؟ هل يلعب الزمن دورًا يمكّننا من التعرف عليه، دورًا يحدد أشكال التلقي بين الفيلم ومشاهده؟ هل هذا الدور قوي بما يكفي لكي يترك أثرًا يمكن رصده من خلال البحث الاجتماعي؟ لقد أظهرت دراسات عدة عن سلوكيات إدارة الوقت اليومي، وفقًا للفئات الاجتماعية-المهنية (Grossin : 1974) أن العمال على سبيل المثال يستخدمون وقت الفراغ بكفاءة أقل من الفلاحين، وأنه على الرغم من امتلاكهم معرفةً قويةً بالزمن المقاس بدقة، إلا أنهم يتوجهون في الزمن بفاعلية أضعف. إذا أحلنا تلك الملحوظة وطبقناها على المادة السينمائية التي يلعب فيها الزمن دورًا هكذا محوريًا، كيف لا نتصور أن الفيلم يمكنه أن يتنامى بشكل مختلف وفقًا للأفراد الذين يشكلون جمهوره؟

باعتباره مادة زمنية، يتخذ السرد السينمائي معاني أخرى، حيث يتجسد في نقطة التقاطع ما بين تجربتين زمنيتين: تجربة المخرج -وقد تحدث دولوز Deleuze عنها بما يكفي لتوضيحها- ولكن أيضًا تجربة المتفرج، وهي أقل وضوحًا. من هنا يمكن تعريف السرد السينمائي على أنه مادة ثقافية يتجسد فيها تخوفنا التاريخي والاجتماعي من التوترات الزمنية من حيث مداها وإيقاعاتها وتردداتها. بهذا المعنى، يحتفظ الفيلم في الذاكرة بآثار من بعض سلوكياتنا الفردية، وهي سلوكيات ليست رمزية في

حد ذاتها، لكنها تشكل عناصر لنظام رمزي يتأسس عليها، نظام جماعي بالضرورة، متغير ومتعدد، مع الأخذ في الاعتبار الجانب الاعتباطي المرتبط بالرمز والذي يتعين تفسيره. الفيلم السينمائي ليس مجرد تعبير عن تركيب فريد للزمن الاجتماعي كما نستشعره ونعيشه، بل هو أيضًا مشروع يجب كشف ثناياه وكشف التحالفات التي تتيح العلاقات الجمالية المنتظمة فيه.

وهكذا فإن مقطعًا فيلميًّا قصيرًا -أكثر من فيلم روائي طويل نعرف مدته الكلية- يسمح بالوقوف على وحدة قياس موثوق فيها بدرجة كبيرة، تتيح قياس العلاقة بين الوقت المعاش وبين ما يقال عن الإحساس بهذا الوقت. وعلى هذا فإن ما نسعى لإعادة بنائه في الأجزاء التالية يمثل النتائج الأولى التي استخلصت من ملاحظة الكيفية التي يُظهر بها مقطعٌ سمع/بصري الطرائقَ المختلفة لاستشعار الزمن، وكيف أن هذه الطرائق، بدورها تدل على ما يمكن الإشارة إليه بـ«الهويات الزمنية للفيلم».

للبحث عن هذه الهويات، قمنا بتصميم بحث اجتماعي من عدة مراحل بفضل استبيان أُجري على 350 شخصًا، يبدأ بمشاهدة مقطع من فيلم «الطريق السريع المفقود» *Lost Highway* لديفيد لينش David Lynch. مدة هذا المقطع 8 دقائق و31 ثانية بالضبط، وتصاحبه من البداية إلى النهاية طبقات من الموسيقى الإلكترونية. يتمثل الحدث في عدد من المشاهد المتتالية التي تُظهر امرأةً تلتقط مظروفًا من على عتبة باب منزلها. تجد في المظروف شريط فيديو يقرر رفيقها مشاهدته؛ يضعه في جهاز فيديو؛ يتضح أن الفيديو يظهر صورًا ثابتة لواجهة المنزل الذي يسكنه الزوجان. ينزعج الزوج من هذ العرض ويقرر إيقاف جهاز الفيديو والذهاب إلى غرفة الزوجية وممارسة الحب، دون أن نعرف جيدًا إذا ما كان هناك علاقة سببية بين هذه الأحداث وبعضها البعض. بعد عرض هذا المقطع مباشرة، نسأل المشاهدين السؤال التالي: «برأيك، ما هو الوقت الذي استغرقه المقطع الذي رأيته للتو؟ .«الرسم البياني التالي الذي يمثل توزيع الردود المختلفة من حيث العدد، يسلط الضوء على وجود أربعة محاور تجتمع حولها التقييمات الزمنية، وبالتالي تسمح بالتمييز الواضح بين أربع مجموعات:

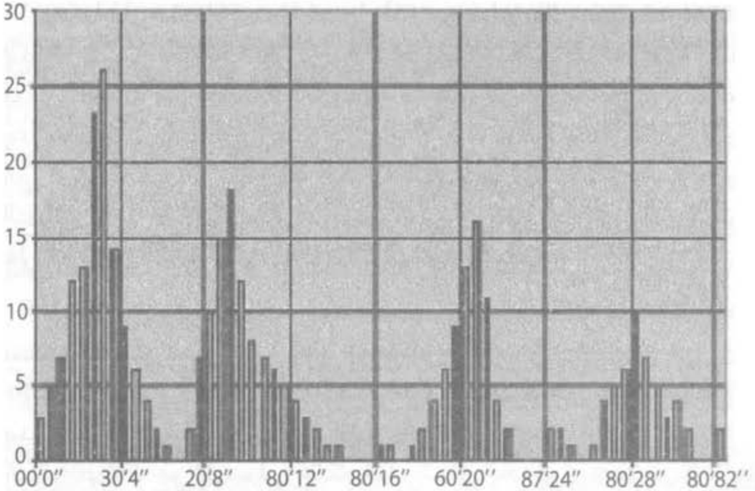
- المجموعة الأولى (36٪ من الحضور) تقلل من مدة المقطع،

- المجموعة الثانية (29٪) تقترب من التقييم الحقيقي لمدة المقطع، وهو

8.31 دقيقة،

- المجموعة الثالثة (20٪) تبالغ في تقدير زمن المقطع،

- تتميز المجموعة الرابعة (15٪) بالمبالغة الكبيرة في تقدير زمن المقطع.



توزيع 350 شخص تمت مقابلتهم حسب

إفادتهم بشأن تصور مدة

المقطع المأخوذ من فيلم «الطريق السريع المفقود»

من الضروري التأكيد على أنه بمجرد عزل المجموعات الأربعة عن بعضها البعض، يظهر استقرارٌ كبيرٌ في التصورات الزمنية عن المادة الفيليمة لدى مشاهدي كل منها؛ فأيًّا كان المقطع الفيلمي الذي نعرضه عليهم، فإن أولئك الذين يبالغون في تقدير مدته، وأولئك الذين يقللون منها يستمرون في تقديم نفس التقييمات. يجب إضافة أن الشعور بطول الفيلم أو قصره لا يتداخل مع تقييم المتفرج لزمن الفيلم. وهكذا، فإن متفرجًا من المجموعة أ من الوارد جدًا أن يجد فيلمًا ما بطيئًا للغاية وأنه يحتوي على لحظات طويلة، بينما هو يقلل بشكل منهجي من مدته بالنسبة لزمنه الفعلي. وأخيرًا، من الضروري أيضًا توضيح أن هذه التقديرات تتم بشكل مستقل عن الحكم القيمي على المقطع في حد ذاته. وحيث أنه لا يمكن الانتماء سوى لمجموعة واحدة في نفس الوقت، تتأكد صحة الفكرة القائلة بأن الفيلم يلعب دورًا في تمييز تجربتنا مع الزمن. تعمل السينما كنوع من الخطاب حول زمننا الثقافي والاجتماعي من خلال تقديم سرديات أعادت التكنولوجيا تشكيل الوقت فيها. وتجبرنا السينما على سد الفراغات وملء المناطق غير الظاهرة والمساحات الخالية غير المستغلة والمتروكة لعشوائية الإيقاع والزمن التي ينشطها الفيلم. إن الدخول في الفيلم يعد بمثابة انعكاس لممارستنا للزمن وأحداثه، أو بتعبير أدق طريقة لتوليفهم، في مواجهة الزمن الفعلي للفيلم الذي يحرض على تقطيع زمن السرد مثلما تفعل الساعة أو زمن التقويم. ولكن، على عكس قراءة الساعة التي تتطلب مهارة لفك شفرتها سهلة في تعلمها، نكتسبها مرة واحدة وإلى الأبد، يدخل إدراك زمن الفيلم في إطار عملية تعلم ذاتي تتشكل من خلال تعديلات مستمرة. تهدف تلك التعديلات إلى الولوج إلى ما يمكن وصفه بـ«الأجواء الزمنية» للفيلم: نحن الكبار، لا نفهم أبدًا شهية الأطفال المفتوحة والتي لا تشبع من رؤية نفس قرص الـ DVD للرسوم المتحركة المفضل لديهم، مرارًا وتكرارًا. بينما يجب فهم هذا السلوك على أنه رغبة في التكيف مع نمط زمني سردي متفرد، قد يكون لتبديل القنوات عن بعد عند مشاهدة التلفزيون أثرٌ سلبيٌ عليها.

من المفهوم أن يعكس الفيلم وساطات زمنية تسمح بتشكيل مجموعات من المتفرجين أو التفريق بينها من حيث منظورها للفيلم . يتعلق الأمر الآن بوصف هذه الوساطات. تصاغ تجربة الزمن إبتداءً من القصة التي يريد المخرج أن يحكيها، وحتى القصة كما يعيد المشاهد تشكيلها، عبر المرور خلال ثلاث طبقات. وبالرغم من أن لكل طبقة ديناميكياتها الخاصة، إلا أن

الطبقات الثلاث تظل مترابطة بشكل كبير. تتعلق الطبقة الأولى (I) بـ«المسار التاريخي للعالم» حيث يتراكب الزمن المُعاش والزمن الذهني: هو الزمن الذي يربط -اجتماعيًا وثقافيًا- كل فرد بمجتمعه. تتعلق الطبقة الثانية (II)، بـ«عالم الخطاب الفيلمي» (أو بكلمات أخرى، الخطاب الذي تصوغه السينما عن العالم- سواء كان خيالًا محضًا أو توثيقًا واقعيًا)؛ لقد أصبح هذا الخطاب أكثر فاعلية بفضل الاختراعات السردية المستمرة لصانعي الأفلام. من خلال ارتياد هذا العالم نبني مسيرتنا كمتفرجين، مسيرة خاصة بنا، نقوم بتجويدها من فيلم إلى آخر. الزمن المعاش في المسار التاريخي للعالم ليس هو نفسه زمن الخطاب الفيلمي الذي يتطور من خلال أشكال متعارف عليها تحدد خصوصيته: هو الزمن الداخلي للفيلم. أخيرًا، الطبقة الأخيرة (III) هي التي تتكون في كل مواجهة سينمائية تحدث بين الأفلام والمتفرجين: هي موضع وساطات زمنية تلتقي فيها «آفاق انتظار» الجمهور مع السمات الجوهرية للأعمال التي يشاهدونها. في إطار تلك الوساطات، تتحدد الاتجاهات الجمالية النشطة التي يتولد منها ما يسميه توماس بافيل Thomas Pavel «عنصر مضاف غير مرئي»، أو تكثيف رائع للعلاقات التي تنشأ مع موضوعها.

يتخذ الرسم البياني للوساطات كل معناه عند ربطه بالأربع مجموعات المختلفة التي قامت بتقييم مدة المقطع المأخوذ من فيلم «الطريق السريع المفقود»، حيث يؤكد على عدم التساوي بين الزمن على الشاشة وزمن التلقي: تعبر تجربة الزمن المتضمن في السرد الفيلمي عن أن رسالة الفيلم لها طبيعة متغيرة. ويتبلور العمل السينمائي دائمًا -حتى في عملياته السردية الأكثر نظامية- من خلال سلسلة من حركات الذهاب والإياب بين الطبقات 1 و2 و3، حيث يشكل المسار التاريخي للعالم وعالم الخطاب السينمائي فضاءً لزمن ثقافي غير متجانس. انعدام التجانس هذا، هو الذي ينتقل بشكل خفي لتفسيراتنا للعالم. فيتكشف جزء من هويتنا الزمنية عبر طرائقنا في التقييم، سواء بالمبالغة في تقدير مدة المقطع الفيلمي أو في تقليلها.

يجد وعينا الحميم بالزمن صدى واضح عند نقطة التقاء أشكال التلقي المختلفة لزمن الأفلام على المستوى السميو/سوسيولوجي، يظهر في تلك العلاقة بين التغير الإدراكي للزمن والسرد الفيلمي. من غير الوارد بالطبع تلخيص تلقي الأعمال السينمائية فقط في مسألة الإدراك الزمني لها. فإذا كنا بالفعل «متفرجين على الزمن» (Ethis: 2006)، إلا أننا بالطبع لا نرى

مادة زمنية بشكل مباشر. إن ما يهمنا هو آثار زمن السرد السينمائي على ما «يصنعه» الجمهور. ولأن هذه الوساطات الزمنية تشكل قبل كل شيء مفاتيح رئيسية في محاولة فهم ماهية المتفرج، فهي تفرض نفسها بالتالي كشرط مسبق ومفيد لإعادة التفكير في تلقي السينما.

2. ثقافات سينمائية

2.1 مقاربات «الثقافة»(1) السينمائية لدى الفرنسيين

في 4 نوفمبر 1966، أطلق التلفزيون الفرنسي أول حلقة من برنامج مسابقات مخصص بالكامل للسينما، «مسيو سينما» *Monsieur Cinéma* قدمه بيير تشيرنيا Pierre Tchernia:

> يكتب مقدم البرنامج: في ألعاب الذاكرة كثيرًا ما نلتقي بمرشحين أقوياء جدًا لكنهم كئيبون تعمل رؤوسهم مثل الآلة. لم يكن هذا هو الحال بالنسبة لكلود بلازي Claude Blazy من توريي Torreilles، بمنطقة البيرينيه الشرقية -Pyrénées Orientales. كان مدرّسًا يعرف السينما بشكل ممتاز، لكنه قبل كل شيء، كان مشاركًا يتميز بالحيوية. مثال: «عنوان لفيلم يخبر فيه جان جابين Jean Gabin ميشيل مورجان Michèle Morgan أن لديها عينان جميلتان؟» لم يكن يجيب: «رصيف الضباب» *«Le Quai des brumes»*. كان يقول «أتذكر، رأيته مع والدي، وحيث إننا رأيناه في الهواء الطلق، فكان كل واحد يحضر كرسيه إلى ميدان توريي Place de Torreilles. في هذا اليوم كانت السماء تمطر... قلنا لأنفسنا: «لن نشاهده». ثم حدثت المعجزة! توقف المطر في الوقت المحدد للعرض، كم كان جميلًا، «رصيف الضباب!». (Tchernia : 2003, p. 274)

المشاركون في برنامج «مسيو سينما» أو «السيد سينما» -من أكثرهم

(1) المقصود بعلامات التنصيص أن الثقافة ليس بالضرورة واحدة بل متعددة كما سيتم شرح ذلك لاحقًا في هذا الفصل. (المترجمة)

«كآبة» وحتى كلود بلازي- قدّموا لفرنسا في أواخر الستينيات نماذج مفيدة ودالة على الطرائق التي تحيا بها الثقافة السينمائية. في الجانب «الكئيب»، هناك «سينيفيل» لديهم تراكم معرفي صارم لمعلومات مرجعية عن كل ما تقدمه السينما: عناوين الأفلام، أسماء المخرجين، أسماء الممثلين، أسماء المؤلفين الموسيقيين، سنوات الإخراج، إلخ. وفي جانب «كلود بلازي»، تظهر السينما كطريقة لمصاحبة الحياة اليومية وتجميلها، من خلال توليد ذكريات مشتركة ومنح إيقاع للحظات الحياة. بين النموذجين يرتسم طيف يكشف عن مجموعة متنوعة من أشكال التعبير عن الثقافة السينمائية التي شهدت طفرة غير مسبوقة في هذا العصر، إذ تضاعفت فيه الكتب والدوريات والمجلات والصحف والبرامج الإذاعية والتلفزيونية التي تتخذ من السينما موضوعًا رئيسيًا، وتقدم إرشادات لمشاهدة الأفلام في قاعات السينما وعلى شاشة التلفزيون، وتضع معايير جوهرية من شأنها إرساء قواعد ساهمت في إضفاء الطابع المؤسسي على الثقافة السينمائية. بدت هذه الأشكال التعبيرية عن الثقافة السينمائية كخطوات جديدة في مجال الإعلام بالنسبة للهيئات الدينية والسياسية التي كانت تساهم بفاعلية منذ فترة طويلة في منحها هذا الطابع المؤسسي. من بين أولئك الذين اشتهروا على وجه الخصوص بالنشاط المتعلق بتكوين الجماهير، يمكننا ذكر الحزب الشيوعي الفرنسي، وحركة التربية الشعبية (التي لعبت دورًا بارزًا بعد الحرب العالمية الثانية، في ميلاد وتعزيز حركة نوادي السينما الجماعية)، ونخص بالذكر المركز الكاثوليكي للسينما، والراديو والتلفزيون (CCRT) التي ستندمج في أوائل السبعينيات في مكتب الفيلم الكاثوليكي الفرنسي (OCFC). في الواقع، أصبح المتخصصون الكاثوليك في مجال التعاطي مع الفيلم:

> «من كبار المتخصصين في الجودة السينمائية، عن طريق اهتمامهم بالجودة الأخلاقية للأفلام على مدى أكثر من 35 سنة، [...]. أصبحت المعرفة التي ينتجونها بانتظام ويتيحونها للجمهور، [بفضل مجلة «تيليراما» Télérama الأسبوعية على وجه الخصوص، أداة لتقييم الأفلام ليس فقط «للعائلات» -أو بالأحرى «للآباء»، إذا استخدمنا مصطلحات ذلك الزمن -ولكن أيضًا بالنسبة للمتفرج البسيط الذي يكون جل همه هو

التخطيط لأمسية تلفزيونية جيدة، مثلما هو الحال بالنسبة للخروج إلى السينما». (Montebello : 2005, p. 157).

في منتصف السبعينيات، سوف يروج التلفزيون الفرنسي للتراث السينمائي العالمي عن طريق تقديم برنامج دائم على القناة 2، وهو «نادي السينما» *Ciné-club*، ثم على قناة FR3 برنامج «سينما منتصف الليل» *Cinéma de minuit*[1]. ستحل هذه البرامج محل نوادي السينما القديمة التي كانت في سبيلها للاختفاء، من خلال بثها الأفلام القديمة في نسخها الأصلية ومصاحبتها بتعليقات تتناول الجوانب التاريخية والتقنية. أصبح الجمهور قادرًا منذ تلك اللحظة -إذا ما توفرت لديه الرغبة- على اكتساب معرفة حقيقية عن الأفلام السينمائية، سواء من خلال تجربة المشاهدة المباشرة للأفلام المتاحة له، أو من خلال إمكانية الوصول إلى جميع مصادر المعلومات الثابتة[2] التي أصبحت في متناول اليد. وماذا عن ثقافة الفرنسيين السينمائية اليوم؟ ما هي مرجعياتهم في هذا المجال؟ كيف تحصلوا عليها فعليًا؟ سعت دراسة استقصائية ضخمة أجريت عام 2000 من قبل قسم «الدراسات والاستشراف» بوزارة الثقافة والاتصالات إلى الإجابة على هذه الأسئلة الثلاثة. الأهمية الاجتماعية لهذا البحث تأتي من كونه لا ينطلق من تعريف مسبق للثقافة السينمائية يعتمد مثلًا على شرعية ما يراه كبار الخبراء أو النقاد المتخصصين أو أساتذة السينما:

«لا يجب الخلط بين المعرفة والثقافة، ناهيك بالخلط بين العلم والثقافة، وذلك منذ اللحظة التي ننظر فيها إلى الثقافة -على الأقل افتراضيًا- كعملية بناء مستمرة لمجموعات متسقة ولكن مؤقتة من التمثيلات والممارسات والمعارف والأذواق التي تؤسس مشاعر الانتماء، وبالتالي تساهم في بناء «الشعور بالهوية» لدى الأفراد والمجموعات».(Guy : 2000, p. 1).

(1) Antenne2 وFR3 هما الاسمان القديمان للقنوات العامة التي أصبح اسمها France 2 و France 3

(2) حتى المجلات التي تقف على طرفي النقيض في خطها التحريري، مثل Télérama، و Télé Star تتفق في مراجعاتها غالبًا على القيمة الفنية للأفلام التي تقدمها تلك البرامج الجديدة.

أُجـرِي هـذا الاسـتطلاع على عينة نموذجية قوامها 1500 شخص يعيشون في فرنسا، لا يقل سنهم عن 12 سنة، وافقوا على الإجابة على الاستبيان الذي احتوى على مئة سؤال تدور حول معارفهم، أذواقهم، وممارساتهم للسينما. ساعدت هذه الأسئلة في تطوير عدد من المؤشرات القادرة على تحديد العلاقات بالسينما لدى من قاموا بالرد عليها. هكذا تم عرض مجموعة (1) مكونة من 52 صورة لممثلين وبعض المخرجين الذين انتشرت صورهم كثيرًا (مثل هيتشكوك وإلين Allen وجودار Godard أو تروفو Truffaut) و طُلب منهم التعرف على تلك الوجوه. احتوت القائمة الثانية (2) على أسماء 31 مخرجًا، تم عرضها عليهم لقياس المساحة الذي يشغلها في الذاكرة هذا المعيار الذي يرتبط بمعرفة أكثر تخصصًا. أخيرًا، عُرضت عليهم قائمة نهائية (3) تضم 83 فيلمًا معظمها تم بثها في التلفزيون أو الفيديو، وسئلوا عما إذا كانوا قد شاهدوا تلك الأفلام (في السينما أو التلفزيون أو الفيديو)، وإذا ما كانت قد أعجبتهم. ما الذي نتعلمه من هذه المؤشرات؟

فيما يتعلق بالتعرف على الوجوه (1)، تمكنت غالبية الأشخاص الذين تم سؤالهم من التعرف على ما بين 10 إلى 30 ممثلًا ومخرجًا من أصل 52 من الذين تم عرض صورهم. تختلف القدرة على التعرف وفقًا لمستوى التعليم، فالأشخاص الحاصلون على شهادة جامعية، على الأقل، استطاعوا التعرف في المتوسط على ضعف عدد الوجوه مقارنة بمن ترددوا على المدرسة الابتدائية فقط. وفي هذه اللعبة، تم التعرف على بعض الممثلين مثل بورفيل Bourvil و آلان دولون Alain Delon من قبل ما يزيد عن 80٪ ممن أجابوا على الأسئلة فوق سن 18، مما يفيد بأن شعبيتهم قد شكلت مرجعًا مشتركا عابرًا للأجيال. وينطبق الشيء نفسه على جيمس دين James Dean الذي تم تحديد هويته من قبل 80٪ من الأشخاص ما بين 18-34 سنة، وبخلاف الحال مع ديلون وبورفيل، تعرف عليه عدد كبير ممن تتراوح أعمارهم بين 12 و 17 عامًا. بالرغم من ذلك فإن عددًا قليلًا من بين هؤلاء قد شاهد بالفعل أفلامًا لجيمس دين، مما يعزز فكرة انتشار الثقافة السينمائية من خلال تمثيلات تتم خارج الشاشة في شكل رموز وأيقونات، حيث لا تزال صورة هذا الممثل ترتبط كثيرًا بتجسيد فكرة الشباب المتمرد الوقح. التعرف على معظم الوجوه الأخرى يكشف ظواهر تتعلق بالأجيال: يتم التعرف بشكل أساسي على الممثلين الذين تتزامن حياتهم المهنية على الشاشة الكبيرة مع الفترة التي يتم فيها التردد

على قاعات السينما بكثافة، أي بين 18 و35 سنة.

وفيما يتعلق بأسماء المخرجين (2) كان التعرف عليهم أكثر صعوبة: تم تحديد 10 أسماء في المتوسط من أصل 31. بالإضافة إلى ذلك، من المهم الإشارة إلى أن هذا المتوسط مبني على فروق واسعة جدًا، لأن 15٪ -في أحسن الأحوال- ممن تم سؤالهم صرحوا بأنهم يعرفون أكثر من 20 اسمًا، وفي أسوئها، قال 9٪ إنهم لم يستطيعوا معرفة إلا اسم واحد فقط. مرة أخرى، مستوى التعليم يبدو عنصرًا حاسمًا. العلاقة بين شهرة المخرج ومستوى تعليم الشخص الذي يتم سؤاله يتأكد مع كل اسم، لا سيما إذا كان المخرج قليل الشهرة: تم التعرف على جان روش Jean Rouch أو جيم جارموش Jim Jarmusch، من قبل أقل من 3٪ من حاملي الشهادات العلمية الأدنى، بينما عرفهم 23٪ على الأقل من حاملي الليسانس.

«ومن المثير للاهتمام أن أسماء المخرجين معروفة بشكل أفضل لدى الفرنسيين الأعلى تعليمًا أكثر ممن يقولون إنهم يحبون السينما حبًّا شديدًا وكثيرًا ما يرتادون قاعاتها، في حين أن المُتغيّرين «حب السينما المُعلن» و«حضور العروض السينمائية» عادة ما يقدمان أفضل التفسيرات للاختلافات، وفيما عدا ذلك تتساوى المتغيرات الأخرى. هواة السينما (الذين يصفون أنفسهم بأنهم «سينيفيل») يعطون أهمية أقل لاسم مخرج الفيلم من «المتعلمين». وبالتالي فهناك «نموذجان للثقافة التي نمت في حقل السينما: نموذج «كبار المستهلكين» ممن لديهم رأس مال معرفي ضخم في مجال السينما، ونموذج «الانتقائيين»، ممن يمتلكون معرفة أقل اتساعًا، لكن أكثر تخصصًا». (Guy: 2000، p. 7).

وأخيرًا فيما يتعلق بمعرفة الأفلام (3)، فمتوسط عدد الأفلام التي تمت مشاهدتها هو 31 من أصل 83 فيلمًا في قائمة الاستبيان بالنسبة لمجموع من شملهم الاستطلاع. هنا أيضًا توجد فجوة كبيرة جدًا بين أولئك الذين رأوا أقل عدد من الأفلام 7-٪ يصرحون بأنهم رأوا أقل من

10 أفلام- وأولئك الذين شاهدوا أكبر عدد من الأفلام 4-٪ قالوا إنهم شاهدوا 60 فيلمًا على الأقل، و1٪ شاهدوا على الأقل 70 فيلمًا. لكن هذا الاختلاف يتوقف بشكل خاص هذه المرة على سنّ من تم سؤالهم. عدد الأفلام المشاهدة يكون في ازدياد حتى سن الـ35 عامًا، ثم ينخفض بعد ذلك. ويمكن تفسير ذلك بأنه حتى سن الـ35، تتراكم لدى المرء تجارب مشاهدة مزدوجة: في قاعة السينما، وفي التلفزيون. بينما تصبح خروجات السينما أكثر تباعدًا بعد انقضاء هذه السن. لكن هذا السؤال يشير إلى فجوة أخرى تفصل المقيمين في المناطق الريفية عن بقية العينة: فهؤلاء لم يروا سوى 25 فيلمًا من أصل 83، مقابل 38 فيلمًا رآها سكان باريس. يتواصل تحقيق جان ميشيل جاي Jean-Michel Guy من خلال تقديم كل فيلم وعرض المواصفات الاجتماعية والديموجرافية للمشاهدين الذين أفادوا بأنهم شاهدوه، وهو ربط مفيد وجديد يسمح بالتفكير في مفاهيم الذوق، التراث، «السينيفيليا»، ولكن أيضًا فكرة «الخداع» المتولد عن طريقة الاستطلاع المبنية على تصريحات الأشخاص الذين يتم سؤالهم: في الواقع، لقد أعلن 64 شخصًا أنهم شاهدوا «السيجارة الأخيرة» The Last Cigarette وأعجبوا به، وهو فيلم غير موجود، ولكن من الواضح أن عنوانه قد أثار الخيال السينمائي لدى من تم سؤالهم. يعلم الجميع، مع ذلك، أنه لا يجب تصور أن الاجابات تقدم الحقيقة حول المعرفة والممارسات، ولكنها تشير إلى مجال نسبي نرسم فيها صورتنا بشكل نراه مقبول. بهذا المعنى تبين لنا أنه حتى المخادع الكبير سيتحكم في نفسه ولن يقول أبدًا أنه شاهد 120 فيلمًا في العام، إذا كان قد شاهد بالفعل 12 فيلمًا فقط. سيضاعف الرقم أو يضربه في 3 لكنه لن يضربه في 10 بأي حال من الأحوال.

يساعد هذا الاستطلاع بطريقته الخاصة على إدراك الذوق السينمائي بشكل نسبي، الذوق الذي ينسبه لنفسه كل من رد على الاستبيان. إذا كان هذا الذوق يشكل، كما نتصور، علامة على الانتماء الاجتماعي، إلا أنه يبدو منعدم التأثير فيما يتعلق باكتساب الثقافة السينمائية. فهذه الثقافة في الواقع أكثر شمولًا «مما يسمح به المعيار المعتمد على الذوق، بل وقد تكون متناقضة مع الذوق إلى حد كبير. وبعبارة أخرى، تمارس الأفلام وظيفتين اجتماعيتين مختلفتين: هي توطد لرموز مشتركة، تنقل قيمًا، تصوغ تمثيلات مشتركة، وتسمح كذلك بالتعبير عن الأذواق الفردية وبالتالي التمايز. ولكن من بين هاتين الوظيفتين يبدو في ضوء هذه الدراسة أن الأولى هي التي لها الغلبة». (Guy: 2000، p. 21). في السياق نفسه،

نلاحظ على هامش الاستقصاء، أنه إذا كانت هناك ثقافة سينمائية جيلية ترتبط بما نتشارك فيه مع من هم في نفس عمرنا، يجب التأكيد أيضًا على الدور الكبير الذي تقوم به الأسرة في نقل حب السينما، خاصة في الأوساط الشعبية وبشكل رئيسي بفضل التلفزيون.

> «يسمح التلفزيون بمشاهدة الفيلم ورد فعل القريبين الذين يشاهدونه معنا في نفس الوقت، بينما يجبرنا ظلام قاعة السينما على التشارك الجماعي في المشاهدة دون رؤية آثار هذا التشارك: حب السينما هو أيضًا حب القريبين من خلال الأفلام التي يحبونها». (Montebello : 2005, p. 267)

في النهاية، تطرح العلاقات الفردية المتعددة بالسينما -التي تظهر في كتاب «الثقافة السينمائية للفرنسيين» *La Culture cinématographique des Français*- علاقات تقارب ممكنة في مواقفنا وسلوكنا تجاه الأفلام وعالم السينما. لكن مجموع هذه العلاقات لا يسمح باستخلاص نتائج عن وجود ثقافة سينمائية واحدة. في الواقع، تحدد هذه العلاقات بدلًا من الثقافة الواحدة مجموعات متماسكة تشهد على التعايش بين العديد من الثقافات التي

> «تحتل فيها السينما بشكل عام، أو أفلامٌ معينة بشكل خاص، مكانة متميزة تتفاوت درجة أهميتها ودورها الهيكلي [...]. كل هذه الثقافات تتفاعل مع بعضها البعض، و«تتبادل السفراء»، هي غير مغلقة على ذاتها ولا حصرية، حتى تلك التي تبدو بعيدة عن بعضها البعض، كما هو الحال في العلاقة بين الثقافة العلمية والثقافة الشعبية. توجد في الواقع بدرجة أو بأخرى، سلسلة متصلة من المراجع المشتركة بين هذين القطبين، بل إن الثقافة الشعبية تشكل أيضًا جزءًا من ثقافة الأكثر علمًا، وثقافة الأقل علمًا لا تعدم الجوانب الفنية». (Guy: 2000, p. 19-20).

2.2 سينيفيل: طريقة «معينة» للوجود في العالم

عندما يحاول عالم الاجتماع تحديد مجموعة من المتفرجين الذين تحتل السينما محور حياتهم، يجد نفسه بإزاء تعريفين «للسينفيليا» لا يتداخلان بالضرورة من حيث الواقع الذي يحيلان إليه. واحد منهما يعتبر أن «السينيفيل» هو شخص يحب السينما كثيرًا ؛ والآخر يعتبر أنه شخص يعرف السينما جيدًا. عندما طلب من الفرنسيين إبداء رأيهم حول هذه القضية كما حدث في استقصاء كتاب «الثقافة السينمائية للفرنسيين»، اكتشفنا أن غالبية من يصفون أنفسهم بأنهم «سينفيل بامتياز»، يعتقدون أن «السينفيل» هو شخص يحب السينما كثيرًا. بينما قال 27٪ إنه شخص يعرف الكثير عن السينما. لا شك أن البعض يمكنه التوصل إلى أن تلك النتيجة تعبر عن رغبة في إظهار التميز أو رغبة في التصنع لدى هؤلاء الأشخاص الذين يسعون إلى خلق مسافة مع ممارستهم للسينما والنظر بشكل نسبي إلى مهاراتهم، خاصة عندما ندرك أن التعريف الذي يقدمه هؤلاء «السينفيل» الراسخين يتلاقى مع من لديهم المعرفة الأقل بالسينما». .(Jullier ، Leveratto: 2010)

إن ما نسميه «سينفيليا» بالنسبة للمؤرخ والناقد أنطوان دي بيك Antoine de Baecque، يجب وضعه في سياق جديد، بحيث يعاد اختراعه كثقافة «فرضت موقعها في كتاب تاريخ فن القرن العشرين».

> إذا كانت السينما «توجد» أولًا بفضل من يشاهدونها، فهي بلا شك قد «تواجدت» بشكل أقوى في لحظات معينة في تاريخها، [لحظات] أصبح النظر فيها إلى السينما لا يُشبع، والصور-كما لو كان بعض المتفرجين قد استولوا عليها- قد تحولت إلى أجزاء من حياتهم الخاصة، والأفلام أصبحت لدى هواة السينما المتميزين مثل أحراز في النصب التذكاري الخاص بكل منهم، والعروض صارت ثقافة جمعية من خلال المناقشة والكتابة والمراجعات والمشاجرات». (De Baecque : 2003, p. 11)

يتحدد «العصر الذهبي» الذي تأسست فيه «السينفيليا» في المرحلة التي تلت الحرب العالمية الثانية، وحتى ما قبل «ثورة» مايو 1968. ما

سيستوقفنا في هذا العصر الذهبي هو طرائق للتبادل، ونماذج لمرجعيات سينمائية وحوارات حولها، ستحدد أفقًا يتعرف فيه رواد السينما على بعضهم البعض، وتربط بينهم طريقة لحب الفن السابع، وطريقة للتعبير عن ذلك، وطريقة لجمع المعلومات حول هذا المجال والتشارك فيها، طريقة معينة للوجود في العالم.

هذه الطريقة في الوجود، تندرج وفقًا لكريستيان ميتز Christian Metz عالم السميولوجيا، في إطار سلوك يتسم بعبادة الأشياء:

> «من يحب السينما وأشياءها كتعويذته الشخصية، هو من تسحره قدرات الآلة ويخلب لبه مسرح الظل هذا. وحتى تتحقق كامل قدرته على الاستمتاع بالسينما، يجب أن يفكر في كل لحظة في قوة الوجود التي يمتلكها الفيلم، وفي الغياب الذي تتأسس عليه تلك القوة (في آن واحد). يجب أن يقارن باستمرار النتيجة بالوسائل المستخدمة (وبالتالي عليه أن ينتبه إلى التقنية)، لأن المتعة تكمن في تلك المسافة الموجودة بينهما»(Metz : 1984, p. 102).

اليوم، كما يوضح لورانس ألارد Laurence Allard بشكل ممتاز، أصبحت منتديات الإنترنت مكانًا جديدًا للتعبير عن تلك الخبرة المعرفية التي تختلط بالهوس لدى «السينيفيل». هكذا تحكي عالمة الاجتماع كيف أثار فيلم «تيتانيك» *Titanic*، عندما عرض في عام 1997، لدى «السينيفيل» من المولعين بالفضاء الإلكتروني، مناقشات لانهائية، يحاول فيها كل منهم (إعادة) تعريف نفسه في «دور المتفرج» الذي لعبه مع فيلم كاميرون Cameron. لأنه، كما يقول دانيال ديانDaniel Dayan، «عندما ندفع ثمن تذكرة السينما، لايحصل المتفرج على مقعد فحسب، بل على عين؛ عين تشكل هويته أثناء مشاهدته للفيلم، تمنحه دورًا، ومكانة، وعملًا». (Dayan : 1983, p. 11) ومن خلال هذه اللعبة الحوارية «للسينيفيل» من رواد الفضاء الإلكتروني، لعبة يتم فيها التعارف الذي يسمح باللقاء على الويب بين هذه المجموعات، يتولد ذاتيًا التصنيف التالي (Allard: 2000 ، ص 131-169): «أكلة الفشار» أو «المبتدئين على الويب»

(هؤلاء هم الوافدون الجدد أو السياح الذين يقدمون خطابًا به حماسًا عاطفيًا لكنه غير مبني على حجج)؛ «السينيفيل الجادون» من رواد الفضاء الإلكتروني (من يقدمون الحجج النابعة من صفات الفيلم الجوهرية)؛ «المتمكنون»، من يطلق عليهم لورانس ألارد Laurence Allard اسم «السينيفيل المولعون بالويب» (هم طائفة من القدماء الذين يتقنون في نفس الوقت قواعد الثقافة السيبرانية وقواعد «السينيفيلنا» التقليدية)؛ وأخيرًا، نجد «الكسالى» (الذين يرفضون المشاركة في لعبة التحاور هذه). بعيدًا عن العصر الذهبي الذي وصفه أنطوان دي بايك حين كان «السينفيل» يُعَرفون أنفسهم وفقًا لجماعات ذات انتماءات واحدة، أو وفقًا للتجاور مع دار سينما معينة، فإن «السينفيل» من رواد الفضاء الإلكتروني يتمايزون بحسب أساليبهم في الحوار، فالكلمات لا تتساوى. قد نتصور أن الفيلم نفسه أصبح يشغل في هذا السياق مكانة ثانوية إلى حد بعيد. لكن الأمر ليس كذلك. لقد أصبح الفيلم أقرب للفرد منه للجماعة، لأنه كما كتب جان كريستوف لوجاندر Jean-Christophe Legendre:

> «يجب أن يعتمد [السينيفيل] فقط على حكمه الخاص، وأن ينخرط مباشرة في علاقة ذاتية إلى أقصى حد مع الفيلم، مع تجنب أي شيء آخر، كل ما يمكنه أن يتطفل على تلك العلاقة. [...]. ما هي السينيفيليا؟ كل شيء ولا شيء. سبب (ليس أكثر سذاجة من غيره) للحياة. شغف فقير، مراهق، شغف يستمر لما بعد المراهقة، وجودية ذات طابع طفولي، السينيفيلة هي رغبة متوحشة، حكم بألا نحب سوى السينما.» (Legendre : 2001, p. 126-128).

ليست تلك العلاقة لحب السينما الحصري التي تستند عليها «السينيفيليا» هي الطريقة الوحيدة لعيش الشغف السينمائي. لذا فإن الجزء الأخير من هذا الفصل ونهاية الكتاب سيتم تخصيصهما «لمسارات عشق السينما الجانبية» والتي لا تحظى بالتقدير المؤسسي، لكنها تقوم بأدوارها في بناء هوية محبي السينما.

2.3 عن نظم أخرى للعشق السينمائي: من غرفة الطالب إلى مهرجان كان السينمائي

ملصقات كبيرة بطول الحائط الرئيسي، صور لممثلات أو ممثلين تختلط بصور الأصدقاء والعائلة والأحباء، صفحات من الورق اللامع المقطوعة بعناية أو بإهمال تم لصقها كما هي على الباب وحوائط الحمام. يحتل الخيال السينمائي مكانًا واسعًا داخل السكن الطلابي، كقطع من المرايا والوسائط الجمالية التي تحمل اختيارات ورغبات وميولًا نضعها على الجدران للتعبير عن ذات ثقافية في طور التكوين. ما يبدو مضحكًا هو أنَّه عند سؤال من يضعون تلك الصور، يدَّعي الجميع أن ملصقاتهم هي شيء أصيل يميزهم، في حين أنها دائمًا ما تكون وجوه براد بيت Brad Pitt، جوليا روبرتس Julia Roberts، ليوناردو دي كابريو Leonardo DiCaprio أو جوني ديب Johnny Depp تلك التي تحتشد على الملصقات: «إدوارد ذو الأيدي المقصات» *Edward Scissorhands*، «زفاف أعز صديق لي» *My Best Friend's Wedding*، «نادي القتال» *Fight Club*، و«الطيار» *Aviator* يشكلون الرباعي الذي يحتل القمة في الملصقات الطلابية. ومع ذلك، ينبغي تعديل هذا الاستنتاج من خلال ملحوظتين. تشير الصور المأخوذة من الأفلام إلى جانب من جوانب وضع طالب/تلميذ الثانوي؛ فمن يضع صور الأفلام على جدران حجرته يؤكد بدرجة أو بأخرى من الوضوح أنه انفصل عن الخيال الطفولي وخيال فترة ما قبل المراهقة (الرسومات والصور الجميلة والملصقات الأولى النجوم، إلخ). في الواقع تمنح الصور السينمائية نوعًا من الخيال الانتقالي الذي يقود المراهقين والشباب نحو مخيلة أكثر رزانةً وأكثر ارتباطًا بعالم الكبار (صور فوتوغرافية، لوحات منسوخة، لوحات أصلية). لا شك، يوجد هنا اختلافٌ في قدرة الخيال السينمائي على إثارة التصورات من عالم لآخر. ونتيجة للملحوظة الأولى، يمكننا الاعتقاد أن:

> «يُظهر تعليق الصور السينمائية توهجًا لهوية في طور التكوين، تلك الصور التي تميز بدقة الاختلافات الكبيرة بين سلوك الفتيات والفتيان. حتى وإن كان وضع الملصقات على الجدران يشكل ممارسة يتشارك فيها الشباب من الجنسين بنفس النسبة، إلا

> أن ما يتضح هو أن أكثر الفتيات تفعلن ذلك منذ سن مبكرة. وكما هو الحال بالنسبة للفتيان، تنفصل الفتيات تدريجيًا عن هذه الممارسة، لكنهن يفعلن ذلك بوضوح وبسرعة أكبر من الذكور الذين يحتفظون لفترة أطول بملصقاتهم» (Malinas, .(Spies: 2006, p. 56

إذا كانت الارتباط الفريد بين الطلاب وأفيش السينما يمنح العلاقة بالعمل السينمائي طابعًا خاصًا، فهو يلعب كذلك دورًا أساسيًا في عملية عرض الذات الثقافية. عندما تكون طالبًا، يؤسس هذا العرض للذات إمكانيات للتقارب مع من يأتون إلينا في غرفنا، ويميز سريعًا بين من سينال ثقتنا ومن سيبتعد على الفور. بهذا المعنى، فإن أفيش السينما، هذا الوسيط المفوض من قبل العمل الذي يمثله، يصبح كذلك وسيطًا مفوَّضًا يعبر عن التوافق مع هؤلاء الذين سيسكنون بجوارنا في أفلام حياتنا. تثري الأفلام التي نعلن عن حبها علاقاتنا الاجتماعية، مثلها مثل كل الأشياء الثقافية الأخرى التي تلعب دورًا كبيرًا في تشكيل شخصيتنا طوال العمر، وبالتالي فهي تستبعد من لا يستطيع الدخول إلى عائلتنا الثقافية. ولكن الأفلام التي نعلن عن حبها في أحاديثنا تكشف، ربما أكثر بكثير من المواد الثقافية الأخرى، عن تجربة وعن حياة عشناها داخل الفيلم على مدار زمن مشاهدته. يشكل ذلك واحدة من السمات المشتركة التي تميز مجموع الخطابات المبنية حول «أفلام حياتنا»، وهي أفلام نضفي عليها غالبًا حماسة خاصة.

وبعيدًا عن الخطابات، يقرر بعض المشاهدين اتخاذ خطوة أخرى نحو الاقتراب بشكل أكبر مما يعتبرونه عالم السينما، وذلك بأن يصبحوا هم أنفسهم «ممثلين مؤقتين»، كما هو الحال مع المشاركين في أكبر لقاء للسينما العالمية: مهرجان كان السينمائي. هنا تتجسد حقيقة الشغف بالسينما في بُعد جديد تمامًا. توترٌ في تجربة المكان والزمان يجعل من كل موقف بالمهرجان مساحةً رائعة وفخمة نمارس فيها الألعاب الاجتماعية. ألعاب تعيد رسم الحدود بين المقدس والدنيوي، حيث تضطرب الهويات مؤقتًا ويستعيد الإنسان إنسانيته مع كل خرق للقواعد. في «كان» لا يشارك فقط النجوم والمنتجون والنقاد في هذا «المونوبولي السينمائي» الضخم؛ يشكل هؤلاء جزءًا من ديكور تضع فيه الجماهير العادية والغفيرة من

مشاهدي المهرجان المجهولين استراتيجيات مثيرة -بالمعنى الحرفي والمجازي- تمنح للتواجد في قاعة السينما معاني أكثر بكثير من معنى الجلوس داخل القاعة، على مدار العشرة أيام التي يستغرقها المهرجان.

لقد تم إجراء مسح ميداني طويل الأمد على مدار ما يقرب من ست سنوات لـرواد مهرجان «كان» من غير المهنيين، وقد أظهر كيف أنه من خلال مضاعفة العقبات أمام إمكانية الوصول إلى القاعات وإلى النجوم، ومن خلال خلق أجواء من السرية حول الأماكن التي يحدث فيها «شيء ما»، ومن خلال التقطير في توزيع دعوات الحضور إلى «القصر»، يعبر رواد المهرجان كثيرًا عن إحساسهم بتقاربٍ وكذلك بتباعدٍ غير مسبوقين مع موضوع شغفهم السينمائي. (Ethis: 2001): يعيش كل منهم أقل حدث مثل مغامرة يمكنه أن يحكي عنها عندما يعود إلى منزله؛ لا يتوقف عن التقاط الصور لنفسه أثناء صعوده سلالم قاعة لوميير الكبرى Grand Théâtre Lumière أو وهو جالس في كل قاعة من قاعات مهرجان كان[1]، لكي يُشهد على وجوده في قلب فاعليات المهرجان، وبالتالي وجوده بشكل رمزي «في وسط عالم السينما». التحقيق الذي أُجري في «كان» وَضعَ من بين أهدافه الرئيسية، الاقتراب من سلوك «السينفيل» الذي يكشف عن نفسه هناك أكثر منه في كل الأماكن الأخرى، وذلك بهدف فهم مسارات هؤلاء المتفرجين الذين تشكل السينما عنصرًا هيكليًّا في هويتهم الاجتماعية. لذا تساءلنا عما إذا كان يمكن أن يكون هناك اقتران بين العناصر الآتية: الرغبة في ممارسة مهنة في السينما، الرغبة في التواجد أمام الكاميرا أو خلفها، ما قد يعتقده البعض من أننا نجوم نمر في شوارع «كان»، نظرة الأصدقاء إلينا كعشاق للسينما، المشاركة في حفل خلال المهرجان، الرغبة في لقاء ممثل أو ممثلة، الحصول على مقعد متميز في قاعة العرض، أو امتلاك أشياء خاصة بالسينما في المنزل. الجدول رقم 4 يوضح كيف أنَّ لهذه العناصر قيمة كبيرة لدى رواد المهرجان من غير المشاهير.

(1) لا تنفصل هذه الصور عن القصة المصاحبة لها لأننا عندما ننظر إليها، لا نرى شيء يميز شخصًا يجلس في قاعة سينما بكان عن شخص جالس في سينما في باريس، أو في أفينيون، أو في أي مكان آخر.

أن يظنك البعض شخصا آخر في شوارع مدينة كان	٪11.7
جمع أغراض السينما (باستثناء الملصقات والكتب وأقراص DVD)	٪12.1
أن يكون لديك مكانا مفضلا في قاعة السينما	٪12.3
الرغبة في ممارسة مهنة أمام الكاميرا	٪17.6
الرغبة في لقاء ممثل	٪29.2
المشاركة في حفلة خلال المهرجان	٪33.4
الرغبة في ممارسة مهنة وراء الكاميرا	٪51.2
تعليق ملصق فيلم في المنزل	٪61.8
أن يراك الآخرون كواحد من عشاق الأفلام	٪62.5
أن تمتلك أكثر من خمسة كتب عن السينما	٪63.2
أن تملك أكثر من خمسة أقراص DVD	٪ 91.5

الجدول 4 - السمات المعلنة لمشاهدي مدينة كان المجهولين

التي تميز طريقتهم في الاستمتاع بالسينما

إذا كانت آخر ستة حالات من الجدول تتداخل وتتعلق بسلوك شائع نلاحظه عند وصف الممارسات السينمائية، إلا أنها لا تحدد بشكل خاص نمط المتفرج. على العكس من ذلك، لا تتداخل الحالات الخمس الأولى مع بعضها البعض إلا بشكل عرضي، لكنها تصف نوعا من التحرر المختلف والمميز لعلاقات المتفرجين بالعالم السينمائي.

في كتابه «**دفاعٌ قصيرٌ عن التجربة الجمالية**»، *Petite apologie de l'expérience esthétique* يؤكد ياوس Jauss على فكرة أنه في التحليلات المعاصرة:

«تظل التجربة الجمالية منفصلة عن وظيفتها الاجتماعية الأولية بشكل خاص إذا ما استمرت علاقة الجمهور بالعمل

الفني محصورة داخل الحلقة المفرغة التي تحيل تجربة العمل إلى تجربة الذات والعكس، وإذا لم تنفتح على تجربة الآخر الذي طالما تحقق في الخبرة الفنية، عبر التماهي الجمالي العفوي الذي يمس المشاعر ويهزها، فيجعلنا نعجب أو نبكي أو نضحك بسبب تعاطفنا، وهو ما يعده المتعجرفون دون سواهم ابتذالًا» .(Jauss : 1978, p. 147)

مثل ياوس، ما نعيد اكتشافه من خلال السمات البارزة لمتفرجي كان -كما ظهرت في الجدول أعلاه- يشير إلى موقف يطال هوياتهم الشخصية في اللحظة السينمائية على وجه التحديد، أي قبل وأثناء وبعد الفيلم. على الأقل هذا ما نتوصل إليه من خلال فحص دقيق لتلك السمات التي تميز 82.9٪ من متفرجي كان بعضهم البعض.

1. «أن يتعرف عليك شخص (أو يتصور البعض أنك شخص آخر) في الشوارع «كان» : تظل عيون المارة يقظة خلال فترة المهرجان ومستعدة لاكتشاف أي وجه معروف. وغالبًا ما يكون الخطأ واردًا، وكثيرًا ما يعتقد البعض بسبب الشك في تشابه بسيط أن شخصًا ما نجم (يحدث ذلك بسبب فكرتين مسبقتين مرتبطتين بـ«كان»: أن الممثل في السينما يختلف اختلافات كبيرة عنه في الحياة، وأنه يمكننا الالتقاء بالممثلين في أي وقت أثناء المهرجان). ومع ذلك، يمكننا تصور أن لعبة الخطأ تلك لا تقع مسؤوليتها فقط على من يخطئ.

2. «جمع أغراض السينما بخلاف الكتب، والفيديو أو الملصقات»: يجب أن نقول «بالإضافة» بدلًا من «بخلاف»، لأن تلك الأغراض التي تتحول إلى آلهة صغيرة والتي يتم جمعها تثري في الواقع كل ما يتعلق بالأفلام و ال DVD والملصقات. هذا السلوك كما نلحظه في مهرجان كان لا يرتبط بفيلم أو ممثل بالذات (يتعلق ذلك بالسمة السابقة)، ولكن بالرغبة المتعمدة في الاستحواذ على الغرض السينمائي الذي يقع خارج الأنماط التقليدية. يتألف حصاد هواة الجمع في مهرجان كان بشكل رئيسي من ملفات الصحافة (بجميع اللغات)، والصور، والمواد الترويجية، عناصر من ديكور المهرجان نفسه، كعوب التذاكر التي تحمل أسماء أفلام

المسابقة، أو حتى أشياء تراثية. تسمح تلك الأشياء التي تتمتع بقدرات إيحائية قوية للغاية لجمهور المهرجان بتوطيد علاقة مادية دائمة مع عوالم السينما، من أجل أنفسهم، وفي أعين المقربين (في كثير من الأحيان، يشيرون إلى أن العاملين في مجال السينما يمتلكون نفس تلك الأغراض).

3. «الحصول على مقعد متميز في قاعة السينما»: بالنسبة إلى 12.3٪ من مشاهدي مهرجان كان، أن تكون في السينما هو أن تختار أيضًا مكانك في القاعة، وأن تتحكم في المسافة بينك وبين الشاشة حتى تتخذ أفضل موقع داخل الفيلم. في البداية، يمكن تفسير العناية الخاصة التي نوليها لموقعنا في قاعة السينما بأسباب فنية بحتة (على سبيل المثال: حجم الشاشة بالنسبة إلى المسافة من المقعد)؛ وفي مرحلة ثانية، تختفي الحجة الفنية لصالح مبررات تتعلق بـ«الحكاية» تسعى إلى إعطاء المشروعية للمقعد الذي يضعنا في قلب قصة الفيلم. يَعبُر المُشاهدُ «الدرب السيميائي الصاعد» الذي يفصله عن العرض، مما يسمح له بالانفصال عن «التعقيدات الشعورية في حياته الحقيقية» أثناء مدة العرض. ينبني «التعاقد الخيالي» على علاقة تقوم على التماس المباشر: فالتماهي يصير تنفيثًا وتطهرًا.

4. «الرغبة في ممارسة مهنة أمام الكاميرا»: نسبة 17.6٪ من المتفرجين الذين يعبّرون عن رغبتهم في أن يتواجدوا يومًا ما أمام الكاميرا، تُغفل بشكل شبه كامل الجانب الشاق في عمل الممثل الذي من المفترض أن يزيد من فرص وصوله إلى هذه المهنة. الفكرة التي تتمكن منهم هي أن لديهم إمكانات أو بنية جسدية أو موهبة «منجلية» سيستطيع العاملون في مجال السينما الذين يلتقونهم في كان التعرف عليها. هم يقدمون أنفسهم على أنهم متاحون ويشعرون أنهم في مكانهم في قلب الحدث، بنفس القدر الذي يعتقدون به في احتمال حصولهم على دور في عالم الممثلين. من خلال المشاركة في طقوس كان، ينضمون على مستوى الواقع والممارسة إلى الوسط الذي يمكنه (أو يجب عليه) بالضرورة التعرف عليهم (لا تزال أسطورة النجم المكتشف في كان متجذرة بعمق).

5. «الإرادة (أو رغبة) في التقاء ممثل»: تستند هذه الرغبة بشكل عام في كان على أسباب نادرًا ما تقتصرعلى الفضول فقط؛ ما

يحرك مشاهدي كان يمكن تلخيصه في الرغبة في عمل مواجهة ما بين تصورهم عن ممثل و حقيقته. يجب ملاحظة أن هذه الرغبة في اللقاء أبعد ما تكون عن الوضوح عند جميع المتفرجين في المهرجان. يكتفي معظمهم بالرؤية لأنه يجب أن نعرف أن لقاء شخص نعجب به بالفعل أو لدينا ميل نحوه، من الممكن أن يهدد نظام التمثيلات الذي يبنيه الفرد عن بعد، والذي يستمد منه استقرارًا مرجعيًّا ما. يوشك اللقاء من خلال تقليل المسافة أن يقوِّض المشاعر التي تدعم نظام التمثلات هذا. أولئك الذين يتمنون اللقاء يدركون ذلك تمام الإدراك: هذا «التقويض» هو ما يبغونه وما يستعدون له. تشكل عبارات مثل «هي أفضل في الحقيقة»، «هي أسوأ منها في الأفلام»، «يمكن التواصل معهم بسهولة»، «هم بسيطون»، أو «مثلهم مثل أي شخص آخر»، تنويعات للعبارات الأكثر استخدامًا من قبل رواد المهرجان عندما يحكون عن لقائهم مع ممثل ما.

وكما يشير ياوس، تتميز التجربة الجمالية عن أشكال أخرى من النشاط، ليس فقط من حيث كونها «إنتاج قائم على الحرية»، ولكن أيضًا بوصفها «تلقي يعتمد على الحرية». يرتاد المهرجانَ عددٌ كبير من المتفرجين باعتباره مساحةً للحرية المنشودة، حتى لو كانت هذه المساحة تتضمن رهانات وحدودًا لا يدركونها في بعض الأحيان. فالشغف والمتعة هما كذلك نتاج لتجارب لها سياقاتها، وفي ضوء هذه التجارب وأهميتها ينبغي علينا في نهاية الأمر إعادة اختبار مفهوم «الجمهور». لماذا؟ أولًا، لأن المواقف العديدة المدرجة في الجدول السابق والتي تميز متفرجينا يجب النظر إليها بالأساس كعتبات للوساطة التي تقودنا إلى التعرف على «الجمهور» كحالة؛ ونتيجة لذلك، يبدو من الصعب القيام بقطع نظري عند مستوى لا يأخذ بعين الاعتبار سؤالين: «كيف نصبح جمهورًا لشيء ما؟» و«ما معنى أن نصير جمهورًا لشيء ما؟» وهكذا فإن الحذر المنهجي الذي يجب اتخاذه عند دراسة ممارسات الجمهور يتعلق بأهمية فهم الأشكال العديدة لسلوك المتفرجين التي تلعب أدوارًا في تشكيل العلاقة بين العمل والجمهور، وهي علاقة لا تتأسس فقط من خلال المواجهة المباشرة كما رأينا. لذا فإن علم اجتماع السينما لا ينبغي أن يهتم فقط في تحليلاته بتوصيف «كينونة المشاهد» أو «كينونة الجمهور»، ولكن أيضًا بالسمات الاجتماعية وتجليات الهوية التي تفرزها الرغبة واللذة في «أن تصبح متفرجًا» وأن «تصبح جمهورًا».

الفصل 5

رهانات في توصيات السينفيل

عندئذٍ بقياس مدى الجرأة أومدى التوازن اللذين يميزان هذه الشخصية. بالنسبة لعالم الاجتماع الحقيقي، «السؤال الجيد» هو السؤال الذي نهيئ الظروف المناسبة لطرحه ونمنح الوقت الكافي لكي تتشكل إجابته، ما دام يستطيع مخاطبة خيال الفرد الذي نتوجه به إليه. بمعنى آخر عندما يستطيع هذا السؤال وضع الشخص في موقع الوسيط. وهكذا، إذا ما سألنا أحدهم بلا مواربة: «ما هي أفلامك المفضّلة؟» فنحن نضعه أمام ما يشبه الاختبار الذي يدفعه إلى تقديم إجابات جافة ومترددة، أكثر مما لو سألناه «ما هي الأفلام التي تود أن توصي بمشاهدتها لأشخاص يهمك أمرهم؟»؛ التوصية تجعل الموصي أكثر التزامًا وتضع على عاتقه مسؤولية. وحتى لو جاءت الإجابة واحدة على السؤالين، فالحقائق التي تعكسها تلك الإجابة ليست واحدة تمامًا. إن العلاقات التي نعقدها مع الأعمال الفنية والمنتجات الثقافية التي تهمنا لم تصبح ذات أهمية في العلوم الاجتماعية إلا لكونها قادرة على وصف سلوكيات وتوجهات يتم تقليصها في حدود «الممارسات» أو معدلات «التكرار». تبدو خياراتنا الثقافية كوعاء يتشكل فيه ما نحب، تنسج تشابهات بيننا وبين من لديهم مثلها، من يسلكون سلوكًا يشبه سلوكنا، أي أولئك الذين يتخذون نفس قراراتنا. تعطينا تلك الخيارات الإحساس الاجتماعي بالانتماء لنفس المجموعة من المتفرجين التي تتأسس كجمهور منذ اللحظة التي يتشاركون فيها في نفس أفق التوقعات والثقافات. كيف سيكون حال فرد حضر عرضًا للسحر إذا ما كان جاهلًا بحقيقة وجود رجال ونساء في الغرب -السحرة- وظيفتهم هي خلق الوهم بغرض الترفيه؟ لن يستطيع تفسير ما يراه ولا فهم ردود فعل الجمهور المحيط به الذي يدرك ما يحدث. يمكننا تخيل كيف يمكن لتجربة كتلك أن تكون محيرة؛ لذلك فإن أفق التوقعات والثقافات هو ما يشكل «المؤسسة» عند تكوين الجمهور.

في عصر المنصات الرقمية التي تقدم الأفلام والمسلسلات والعروض بالطلب، أصبح لآفاق التوقعات وثقافات الجمهور معاني ودلالات كثيرة، من خلال تعبيرها بدرجات متفاوتة عن الآليات التي تحكم تكوين جماعات المتفرجين. في الواقع، لا توجد منصة لم تطوّر في 2014 نظامًا للتوصيات التي تهدف إلى توجيه كل متفرج لمشاهدة فيلم أو مسلسل أو عرض قائم على خياراته السابقة. ما هي تلك العلاقة الجديدة مع الأعمال «الموصى بها» التي تُعرض علينا من قبل جماعة يقال لنا أنها تشبهنا ولا نعلم عنها شيئًا؟ كيف نتمثل علاقتنا مع الأعمال الفنية في إطار النشاط الميكانيكي للصناعات

الثقافية في القرن الـ 21؟ كيف يعاد تعريف مفاهيم «المتفرج» و«الجمهور»، على أساس خياراتنا المشتركة؟ تظل كلُّ توصية بناءً اجتماعيًا، حتى وإن كانت منبثقة من عملية برمجة للتوصيات. ونؤمن بهذا البناء دون أن نتساءل عن حقيقة ما يشير إليه لأننا كثيرون في هذا الاعتقاد. «هل يمكننا أن نؤمن وحدنا بشيء ما أو بشخص ما؟»، يسأل ميشيل دي سيرتو Michel de Certeau. الجواب يظل دائمًا وأبدًا: «لا». ولأن تلك الحيلة الإلكترونية تشكل «إستجابة اجتماعية» فهي تحل محل مساحة الحوار حول الأعمال التي نحبها، حتى مع وجود أعمال نرفض اختزالها في التوصيات الميكانيكية، أعمال نصبح مهووسين بها، وفي ضوئها نبني مجمل مسارنا في مهنة المشاهد. ذلك هو ما كتبه الروائي جوناثان كوي Jonathan Coe في «**مذكرات الهوس**». *Diary of an Obsession*

1.2. إشكالية الأعمال التي تستحوذ علينا

1972 صبي يبلغ من العمر أحد عشر عامًا يقضي أجازة مع أسرته على ساحل الكورنواي Cornouailles، يتوقف أمام متجر يطل على البحر لمشاهدة كتب للجيب. يلفت انتباهه عنوان: «**الحياة الخاصة لشيرلوك هولمز**» *The Private Life of Sherlock Holmes* الغلاف جذَّاب، يمكننا أن نرى جانبًا من غطاء الرأس الشهير للمحقق يشكل إطارًا لامرأة نصف عارية. يصاب الطفل الصغير بالذعر. هذا الطفل يعبد مغامرات شيرلوك، هو الذي نشأ على الأخلاق الحميدة والتزمُّت منذ الصغر، لذا أصابه الارتياع مما اعتبره تدنيسًا لمقدّس. يبدو أن بائعًا حقيرًا قد استولى على المحقق الرائع وجعله منه بطلًا لحلقات إيروتيكية مشبوهة. يهز الطفل الصغير رأسه مستنكرًا متأثرًا بما آلت إليه أحوال العالم.

هكذا تبدأ «**يوميات الهوس**» لجوناثان كو، والتي نُشرت للمرة الأولى في مجلة «**كراسات السينما**» *Cahiers du cinéma*، ثم انضمت لمجموعة قصصية بعنوان «**الخلافات الناقصة**» *Désaccords imparfaits* (Coe: 2012)، يحتل فيها النص مكانة متفردة. هي ليست قصة قصيرة بل مقالًا يعبر فيه المؤلف عن إعجابه بالمخرج بيلي وايلدر Billy Wilder وبأحد أفلامه الأقل شهرة «الحياة الخاصة لشيرلوك هولمز». في عدد قليل من الصفحات، يُسخِّر جوناثان كو مهاراته في الكتابة لوصف يُستمد من علاقته بهذا العمل الفريد والتأسيسي في مساره كمشاهد وقارئ ومُحبٍّ الموسيقي.

أهمية هذا الوصف المصاغ في شكل قصة تكمن في أنه لا يكشف أي شيء عن العمل في حد ذاته، ولكن يكتفي بذكر كيف صاحبت العودة المستمرة لفيلم بيلي وايلدر بأشكالها المتعددة مراحل الحياة الاجتماعية للمؤلف. يبدأ جوناثان كو بالحديث عن جده وأهميته بالنسبة إليه في مرحلة الطفولة، فقد نقل إليه حبه للمغامرات الأدبية لشيرلوك هولمز وبالتالي لأسلوب مؤلفه، كونان دويل Conan Doyle، وهو الأسلوب الذي سيشكل مرجعًا للطفل Coe، أي سيحدد معياره للأصالة الروائية. من هنا نفهم استنكار الشاب الصغير أمام الصورة -صورة الغلاف الساعية للفت الانتباه التي لمحها في نافذة متجر عندما كان عمره أحد عشر عامًا- والمناقضة للتصورات التي رسمها خياله المتنامي على مدار قراءاته. تأتي تلك الصورة الدعائية -في خيانة للعقيدة «الهولمزية» وبقمة الاحتيال- لتشكّل غلافًا لكتاب يحمل اسم بطله المفضل، لكن لم يوقعه كونان دويل نفسه. يتملك كو التوجس بل والخيفة. ثم بعد أن رفض الكتاب بتصميم، سيشتريه بعد بضع سنوات ليكتشف أنه محاكاة بارعة لأسلوب كونان دويل، من قبل مؤلفين مشهورين، مايكل ومولي هاردويك Michael & Mollie Hardwick. «سحرني الكتاب مثل مغامرات هولمز الحقيقية، كنت أقرؤه وأعيد قراءته بدلًا من قراءة مسرحيات شكسبير Shakespeare وروايات جين أوستن Jane Austen والغوص فيها هي وأعمال أدبية أخرى مقدسة في نظام التعليم البريطاني». في الواقع، نشأ دافع كو لقراءة هذا الكتاب من رغبته في معرفة المزيد عنه بعد مشاهدة فيلم بيلي وايلدر الذي يحمل نفس اسم القصة المقتبسة للسينما. لكن هذا الفضول لم يكن لينطفئ هكذا؛ في الواقع، بعد المشاهدة الأولى للفيلم سخر الشاب كو من كل تلك الاختلافات «الواضحة جدًا» والأحداث غير القابلة للتصديق، بالمقارنة مع كتاب «المُعلِّم» كونان دويل، والتي كان يجد متعة في السخرية منها ، يتشارك فيها مع جده. ومع ذلك قال: »لكن كان هناك شيء ما يطاردني في هذا الفيلم. الجو الدافئ لشقة العازب التي يسكنها هولمز (ديكور ألكسندر تراونرAlexandre Trauner) وشجن الريف الاسكتلندي (الذي صوره كريستوفر تشالي Christopher Challis) كانا يتواتران على رأسي. ربما كان الأمر يتعلق بالموسيقي التي كان تتضمن لحنًا متكررًا مقتبسًا من «بحيرة البجع»، ضبطتُ نفسي وأنا أصفره في طريقي إلى المدرسة في اليوم التالي».

يبدو أن «الحياة الخاصة لشيرلوك هولمز» قد سيطر على جوناثان كو تقريبًا رغمًا عنه. يكتشف ذلك من خلال ردود فعله الإيجابية التي لم يتوقعها

من نفسه. لذا حاول أن يفهم ما لم يفهمه عن ذاته من خلال البدء في تقطيع فيلم بيلي وايلدر لاستخراج ما يسميه علماء السيميولوجيا وعلماء الجماليات بعناصر الهيكل الشكلي: الديكورات، الصورة، الموسيقي. بهذه الطريقة، أجبر نفسه على وصف العديد من الأفعال المحملة بالدلالات التي نقوم بها عندما نريد أن نستكشف بشكل واعٍ معنى عمل يغمرنا بضيائه. تلك الأفعال هي التي تجعلنا «مفسّرين»، وتصلنا بذواتنا من خلال وساطة العمل الفني. «عُرِض الفيلم مرة أخرى في التلفزيون، وأدركتُ أن الموسيقى بالفعل هي مفتاح سحره. لكن الجزء الأكبر من الموسيقى التصويرية ليست لتشايكوفسكي. هي من وضع ملحن لم أكن قد سمعت عنه من قبل ميلكوس روزا Miklós Rózsa. [...] ففي تيمة الحب نجد حزنًا شديدًا وحنينًا يائسًا، و يبدو أن تلك المشاعر وكأنها تتعارض على الأقل نظريًا مع الخفة والفكاهة المبهجة التي تميز الساعة الأولى من الفيلم. تبدو تلك المزاوجة غير مؤهلة لأن تعمل، لكنها تعمل». ولأن هذا النص الأدبي قد استطاع أن يثير ردود فعل غير متوقعة وغير مفهومة لدى جوناثان كو، سيمكّنه «الحياة الخاصة لشيرلوك هولمز» من الإمساك بذاته وكأنها لآخر، وإدراك أن هذا «الآخر» مؤسّسًا لهويته. يمكننا القول إن هذه هي سمة الأعمال الفنية، فهي تجعلنا نرى الآخر الموجود بداخلنا، أو بعبارة أخرى تجعلنا ندرك مدى قدرتنا على الانفتاح على هذا الآخر الذي يظل دائمًا -فيما يكاد يشكل مفارقة- آخر عاكسًا لنا. لأنه، وكما يؤكد بول ريكور Paul Ricoeur، لا يمكننا الحديث عن أفكارنا بشكل دال إلا إذا كان بمقدورنا أن نعزوها افتراضيًا لآخرين. ولكن ما يظهر في قصة كو يأخذنا إلى أبعد مما يفترض ريكور في الوعي بـ«الذات كآخر»[1]. «على الرغم من هذا التشتت العجيب، يحرك الفيلم مشاعري بشكل يزداد عمقًا، ويحدثني بشكل مباشر أكثر من أي فيلم رأيته حتى الآن. ومن هنا أفهم هذا الفوران النشط في البحث وهذا التعطش للمعلومات عنه». إن عملية احتياز عمل وايلدر من قِبل المشاهد كو قد تحولت تدريجيًا إلى عملية بحث داخل الذات، أكثر من كونها مسعى اجتماعيًا يهدف إلى إثراء المعرفة حول الفيلم وحول كل ما يتعلق به، معرفة لم تُشبع أبدًا.

(1) Ricoeur P., *Soi-même comme un autre*, Paris, Seuil, 1990.

1.3 صورة ذاتية لجوناثان كو كمشاهد مهووس

بعد أن قام جوناثان كو بجمع محتويات عدد من رفوف متاجر بائعي الاسطوانات في بريطانيا العظمى والولايات المتحدة، وجد الاسطوانة التي تحمل موسيقى Miklós Rózsa. ما كان يمكن أن يشكل تتويجًا لعملية الجمع تلك أصبح مرة أخرى سببًا لتحريك الهَوَس النشط الذي يدفعه: «حسنًا، يمكنني الاستماع الآن كما أريد لتيمة الحب! لكن ذلك لم يكفي هوسي، كنت أريد العمل كاملًا. أحتاج إلى سماع الكونشيرتو المأخوذة منه موسيقى الفيلم... في لندن وجدت متجرًا يبيع أفيشات الأفلام. اشتريت أفيش «الحياة الخاصة...» ووضعته على الحائط. سيتبعني هذا الملصق في جميع الغرف التي سأشغلها خلال دراستي في كامبريدج Cambridge ووارويك Warwick. سوف يسهر عليّ مثل رفيق ملهم». بغضّ النظر عن أنه ليس من السهل «امتلاك» فيلم في زمن لم توجد فيه بعد أشرطة الفيديو وأقراص الـ DVD و Blu-Ray أو VOD، فإن الفيلم عمل يتكشف على مدار المدة التي يستغرقها عرضه؛ لذا فإن المواد ذات الصلة به كانت تحتل في بعض الأحيان مكانًا ضخمًا خارج قاعات العرض في الحياة اليومية لجمهوره: الملصقات والصور والمجلات والموسيقي، القطع التذكارية الترويجية .. خلف تلك العملية لتراكم المعلومات والحكايات والمواد، تتبدى رغبة في تطويع عمل هو في الواقع يتملكنا. «كان من المفترض أن يكون الفيلم هو أطول أفلام وايلدر وأكثرها تعقيدًا وذاتية، لا يتبقى منه اليوم سوى آثار. لكني لن أجد الراحة طالما لم أشاهد النسخة الأصلية، أعلم ذلك». يتكشف «الحياة الخاصة...» مثل عصا حلوى غزل البنات التي تلتصق بها التجارب الثقافية الأكثر أهمية في الحياة الثقافية لجوناثان كو، وتلتف حولها. تجذب بعضها بعضًا مثل المغناطيس وتنتج معنى، ليس بذاتها، إنما بالإحالة لعمل وايلدر، فتمنحه كثافة غير مسبوقة تتخذ طابعًا شخصيًا، تتشكل من جديد مع كل حلقة من مغامرات الشغف لمشاهد فريد، لا يتوقف عن إعادة اختراع الفيلم الذي يعرفه. «في الحقيقة، ليست النسخة الكاملة من الفيلم تلك التي كنت أبحث عنها طوال تلك السنوات. ما كنت أتتبعه ربما كان أصعب في الوصول إليه: كنت أحاول التقاط هذا الشعور الغامض، الآمن، البهيج، الذي انتابني عندما شاهدت الفيلم لأول مرة، في مساء ذلك الأحد، عندما جعلني أنسى لمدة ساعتين كرب العودة إلى المدرسة في اليوم التالي. ما كنت أحاول إحياءه هو ذاتي الطفلة». يُسخِّر جوناثان كو كل مهاراته لكتابة تلك الأحداث التي شكلت تجربته ولقاءه مع

«الحياة الخاصة لشيرلوك هولمز»، في سبيل خدمة هذا العمل المحوري الذي يعده: «الفيلم الذي يريد أن يوصي به لمن يهمه أمرهم»، لا سيما قراؤه. يقدم كو نفسه لهؤلاء ولعالم الاجتماع الذي يطرح عليه الأسئلة، في صورة المتفرج الوحيد، الأول، الأصلي -مثل أي متفرج معجب بفيلم ومهووس به- ذلك الذي أعاد اكتشاف هذا العمل العظيم غير المعروف بالضرورة لبيلي وايلدر. بل إنه سيسعى إلى تتويج المخرج شخصيًا، حين يخاطبه في نهاية حياته من على فراش المرض، برسالة مقتضبة يكتفي فيها بالقول، بأسلوب لا يخلو من السخرية: «من العجيب اكتشاف أن هولمز الذي لم يلقَ نجاحًا، قد صار هاجسه الفريد».

2. التوصيات عبر الإنترنت أو إخفاء التراث

2.1 من التوصية المقيدة إلى النمذجة الفقيرة

هذا الهوس الفريد الذي نعيشه عندما نبحث في عمل نراه «مسيطرًا علينا»، لا نُشفى منه عادة إلا من خلال الخبرة المكتسبة عنه ومعرفة ما يشكل سياق صناعته وإنتاجه بل وتوزيعه. يُظهر لنا نص جوناثان كو، أنه مع جهله بما أثار لديه هذا الهوس بالتحديد، فإنه استطاع بإخلاص لا يتزعزع أن يشرح المسار الواعي الذي ربطه بـ«الحياة الخاصة لشيرلوك هولمز»، إخلاص يختلط بالتساؤلات المستمرة. يحرص كو كذلك على مدار نصه على إنصاف مشغلي قاعات العرض ومعدي البرامج التلفزيونية، «آلهة السينما الحقيقيون، بحسب تعبيره: فالفيلم مادة لا يمكن رؤيتها إلا عندما يقوم طرف ثالث بعرضها». يحدد كو طرفًا ثالثًا يقوم بمهمة الوسيط الذي يُعد المسؤول الحقيقي عن لقائه مع العمل الفني، ويعطيه لهذا السبب اسم «الإله». هذا الوسيط غير مرئي، الغائب بالرغم من الفعل الذي يقوم به، ساهم في خلق تلك المصادفة التي هيأت الظروف لعقد لقاء لم يتمناه المشاهد كو، لكنه حدث، هكذا. منحه اللقاء صفات المتفرج النشط المسكون بالرغبة في إشباع هذا الفضول غير المتوقع والغامض الذي كان يحمله بداخله، على ما يبدو دون علمه. ومن الطريف أن نتوقف عند ملحوظة مفادها أن المشاهد كو سيحاول البحث عن العمل وعن مؤلفه، بينما هو يكتفي برفع القبعة لمعد البرنامج ولمشغل القاعة الذين سمحا له

بالوصول إلى الفيلم. كان من الممكن أن يسلك طريقًا مختلفًا، منطلقًا من أن هذا المشغل أو ذلك المبرمج الذي جعله يكتشف ذاته كان من الممكن أن يوصي بأفلام أخرى بها نفس القدر من المتعة. ليس هذا هو ما حدث، والسبب هو أن كو شكر المُشغِّل أو المبرمج لأنهما استطاعا تهيئة الظروف لعقد اللقاء بين المتفرج والعمل، ظروف تَحَقُّق العمل لدى المُشاهد. في قصة جوناثان كو، يتجسد فعليًا معنى طوّره كل من فيليكس فوديكا Félix Vodick وهانز روبرت جاوس Hans Robert Jauss في نظرياتهما عن التلقي الأدبي عندما بين كل منهما بطريقته الخاصة، أن الأعمال الأدبية لا تتحقق مرة واحدة فقط بل مرات عديدة، من خلال علاقات متواترة مع جماهيرها. فمع كل تلقٍ، «يمكن للمشاهد أن يشعر بخصائص جمالية تؤثر فيه، لم يكن يستشعرها بنفس الطريقة من قبل[1]». المتعة الجمالية للعمل سواء كان أدبيًا أو سينمائيًا تمر عبر المعنى المُعاد تشكيله في تجربة القارئ أو المتفرج التي تسلط الضوء على الخصائص الفعالة المذكورة لدى ياوس وفوديكا. إلا أن هذه «الخصائص الفعّالة» لا تحيا على هذا النحو إلا عندما تكون قابلة لإعادة التشكل، تسمح بالاتصال والتواصل. تندرج هذه الخصائص في واقع الأمر في تجربة جمالية كاملة تذكرنا بأن أي عمل يمكن أن يكون له سمات بناءة وأن يقدم قيمة نموذجية. ويتمثل نشاط المتفرج في احتياز هذه القيمة وتلك السمات التي يتملكها عندما يتمكن بدوره من مشاركتها مع آخرين. مثل جوناثان كو الذي شرح كيف أسس فيلم «الحياة الخاصة لشيرلوك هولمز» مساره كمتفرج، عندما قام الفيلم بإعادة تعريف لمعايير إدراكه، وبتقديم مناظير متجددة تسمح بقراءة ذاتية جدًا -أي غير مشروطة- لفيلم وايلدر، ومن ثم لكل الأفلام.[2]

فكرة أن الاعمال، وفي حالتنا الأعمال السينمائية، لا يمكن أن تكتب لها الحياة بدون تدخل الوسطاء القادرين على تقديم توصيات بها أصبحت فكرة شائعة في عالم السينما. تتخذ هذه التوصيات أشكالًا عدة: من المراجعة الصحفية المهنية، لمراجعة الهواة، من النقد متناهي الصغر المتاح للجميع في 140 حرفًا على تويتر، إلى أنظمة التقييم المتعددة للمنصات الرقمية المسؤولة عن تسويق كتالوج أفلام واسع النطاق. لا تظهر المنصات الرقمية للمبيعات والمواقع ومدونات الهواة المختلفة كبديل للنقد المهني،

(1) Die Rezeptiongeschichte Literarischer Werke ، Vodicka F.، في Rezeptionsästhetik تحرير وارنيج راينر، ميونيخ ، 1975.

(2) *Rezeptionsästhetik und litrarische Kommunikation* ، Jauss H.-R، في *Auf den Weg* Festschrift Kiesinger، gebracht ، تحرير 1979، Constance ، H. Sund and M. Timmermann، ص. 165.

لكنها تعطي وهمًا باستعادة العلاقات المفترضة بين متفرجين يتشاركون في ممارسات ثقافية متماثلة، وبالتالي فمن الوارد أن تنشأ بينهم ثقة حقيقية وذلك من خلال إتاحة الفرصة للجمهور كي يعبر عن نفسه وأن يتخذ أفراده موقعًا في منظومات التوصيات. في فرنسا، تُعزِّز هذه العلاقة بين الأقران مفهومًا للتعبير الحر، للإنتاج الديمقراطي للمعلومات ولتبادل القناعات المتحررة من قبضة مثقفي سان جيرمي دي بري Germain-des-Prés[1]، لصالح توزيع أكثر عدالة للتعبير الاجتماعي عن الذوق. ومع ذلك، نلاحظ أنه إذا كان هذا المفهوم يؤسس لعمليات تكنولوجية مبتكرة، إلا أنه لا يتجاوز فعليًا تصورًا مثاليًا يعتمد في تحققه على نظم عتيقة في البرمجة. لفهم ذلك، علينا النظر إلى الكيفية التي يُعرض بها على المُشاهد المشاركة في نظام التوصيات الخاص بالمنصات الرقمية لبيع أو تأجير الأفلام (iTunes أو CanalPlay أو Netflix أو Amazon، إلخ) أو منصات مراجعات الهواة (Viv @،Télérama-Vodkaster films، Allociné). في كل تلك الأحوال، توجد ثلاث إمكانات للمشاركة مسموح بها. الإمكانية الأولى والثانية «نشطتان» وتفترضان التراكم: يمكن للمتفرج كتابة تعليق عن فيلم، ويمكنه أيضًا أن يمنحه درجة. لاحظ أنه في كثير من الأحيان، تكتفي المنصات بافتراض أنَّ المتفرج المَعنيَّ قد شاهد الفيلم الذي يتحدث عنه. الإمكانية الثالثة «سلبية»: بمعنى أنها تعتمد على إحصاء كل ما تم شراؤه أو استئجاره أو الاحتفاظ به على المنصة من قبل العميل. لا يهم هذه المرة إذا ما كان المشاهد قد أحب الفيلم أم لا. يفترض فعل الشراء أو فعل الإيجار أو اختيار الأفلام من خلال الاشتراكات غير المقيدة، الموافقة على الفيلم الذي تم شراؤه أو استئجاره أو اختياره. فيما يتعلق بالإمكانيتين الأولى والثانية، يبين لنا عالما الاجتماع دومينيك باسكويري فاليري بودوين Dominique Pasquier Valérie Beaudoin وتوماس ليجون Tomas Legon -اللذان خصصا لهاتين الإمكانيتين دراسة معمقة (Pasquier، Beaudoin، Legon: 2014) -أن النقد والنقد متناهي الصغر ليس لهما أي تأثير على سمعة الأفلام التي يتم التعليق عليها، وأن المهنيين العاملين في المنصات يعتمدون قبل كل شيء في نموذجهم الاقتصادي على الدرجات الممنوحة للأفلام. فيما يتعلق بمنصة Viv@films، يشير عالما الاجتماع أن مساهمات المتفرجين تقوم

(1) حي في باريس اشتهر بالحياة الثقافية الناخرة على مدار القرن العشرين وبتجمع الأدباء والفنانين في مقاهيه وتواجد العديد من دور النشر به. (المترجمة)

أولًا بإثراء «قاعدة البيانات في نموذج حشد المصادر *crowdsourcing*[1] وأن الدرجات تسمح بـ: 1) بناء تصنيفات، 2) عمل مواجهة بالنسبة لكل فيلم بين النقد المهني ونقد الهواة، مواجهة تميل إلى تجاوز التراتبيات بين المعرفة العلمية والمعرفة العامة، وأخيرًا 3) تطوير نماذج التوصيات». ما نلاحظه هنا هو أن أيديولوجية المشاركة ليست سوى وهم. على الرغم من فائدتها بالنسبة للشركات التي تتبناها، لكي تجعلنا «نصدق» في نموذجها الاقتصادي، إلا أن دائرة المشاركين تظل محدودة للغاية. كذلك يبدو أن الكتاب يقرؤون فقط لبعضهم البعض. وأخيرًا، فإن النقاد الهواة الأكثر مشاركة يحاكون طرائق النقد المهني، ومن ثم يعززون رأي الخبير في نهاية الأمر بدلًا من تقديم نموذج بديل. وبدلًا من الأمل المعقود على جذب وتعزيز خطاب جديد عن السينما، نلاحظ واقعًا باهتًا للمواقع التشاركية التي لا تفعل سوى التكريس للأعراف «السينيفيلية» الأكثر كلاسيكية المرتبطة بتحليل الأفلام.

2.2 تصنيفات لا تُصنِّف

يبدو واقع التصنيفات المنبثق من أنظمة التقييم معتمًا هو الآخر، مقارنة بوعود الانفتاح التي كان يحملها في طياته. فبدلًا من تنشيط عملية اكتشاف أفلام مختلفة عن تلك التي احتلت قمة شباك التذاكر عند عرضها في قاعات السينما، تظهر المنصات الرقمية التي تقدم هذه الأفلام في كتالوجاتها الخاصة، كمواقع لتسهيل مشاهدة ما فاتنا في القاعات أو لإتاحة مشاهدات منزلية جديدة لما سبق مشاهدته في قاعات العرض. فنحن نشاهد ما سمعنا عنه ويصبح للكلام المتناقل في العالم الحقيقي قوة أكثر من قوة انتقاله في العالم الافتراضي، الذي يقوم فقط بتقديم توصيات تعيد إنتاج سلوك المتفرج في القاعة، بل وتعززه. وهكذا فإن منصة Apple للشراء والتأجير -iTunes Store- تسمح بمنح من نجمة إلى خمس نجوم لكل فيلم، وإذا رغبنا يمكننا كتابة مراجعة. الاستراتيجيات الشائعة لمقدمي الرأي تظهر عادة بطريقتين متناقضتين للغاية: واحدة تقوم على تقييم الفيلم بشكل عالٍ جيدًا (4 أو 5 نجوم) من أجل التعبير عن الإعجاب الكبير به وإظهار الاتفاق مع جماهيره فيما يشبه التجمع الغريزي

(1) يعتمد حشد المصادر على المشاركة النشطة للمتفرجين الذين يضعون إبداعاتهم وخبراتهم لكتابة نقد ينشر على مواقع مرجعية. (المترجمة)

حول النجوم الذين يحتلون صدراة المشهد بعد أن حققوا نجاحات كبيرة في قاعات العرض. الاستراتيجية الثانية تهدف إلى «تدمير» الفيلم (نجمة أو نجمتان) وأحيانًا جذب انتباه بضعة من عملاء iTunes Store وإثارة فضولهم من خلال نشر رأي معارض نعرف معناه الاجتماعي: السعي للحصول على مكسب رمزي يجعلهم مميزين سواء بالنسبة للشخص الذي يكتب، أو بالنسبة لمن سيتعرف على نفسه في هذا الرأي. ولقد فهم مصممو Apple ديناميكيات «قواعد الرأي» تلك، والتي أصبح تصنيفها ممكنًا في أربع فئات: الأكثر فائدة، الأكثر تأييدًا، الأكثر انتقادًا والأحدث زمنيًا. فكون الأفلام الأكثر شعبية تجذب التقييمات الأكثر إيجابية وكذلك العدد الأكبر من التعليقات، يحطم توقعات المنصات الرقمية المخصصة للسينما. فبينما تراهن تلك المنصات على إتاحة كتالوج ضخم للأفلام، فإن ما يتم مشاهدته منه يتراوح في أحسن الأحوال ما بين 10 إلى 15 ٪ [1]6. وهو ما يقف عثرة أمام استغلال المخزون الثقافي والطاقات الاقتصادية المرتبطة به. لا توجد مفاجأة في كون التجارب التراكمية على المنصات الرقمية تعكس التجربة السائدة للجماهير، حيث أن هذه المنصات تعمل كعينات إحصائية تستجيب لقانون الأعداد الكبيرة. فكلما ازداد عدد الأفراد الذين يقيّمون فيلمًا ما، كلما اقترب هذا التقييم من الاختيارات التي تمت في قلب مجموع الجماهير الذين يأتي المقيم منهم. هذا هو السبب الرئيسي في أن الاختيارات تُقلّص ميكانيكيا الفرص الثقافية بدلًا من تشجيع استكشاف الأعمال غير المعروفة، حيث تتكرر دائمًا نفس الأفلام في التصنيفات. وهو ما يفسر أن مصممي المنصات قد جربوا الخيار «السلبي» الذي يسلط الضوء على مسار المشتريات أو الإيجارات أو اختيارات العملاء. تَصِف هذا الخيار بأنه سلبي، لأنه يتم دون علم العميل ويتخذ أشكالًا مختلفة بحسب المواقع: «أولئك الذين شاهدوا هذا الفيلم، قد شاهدوا كذلك هذه الأفلام الأخرى»، «أولئك الذين اشتروا هذا الفيلم، اشتروا أيضًا الأفلام التالية»، «مَن أحبوا هذا الفيلم، أحبوا كذلك...»، إلخ. مرة أخرى، يعتمد هذا الخيار على تماثل الأذواق بين المتفرجين لتشجيعهم على رؤية أعمال أخرى موصى بها بشكل غير مباشر، على أساس من اشتركوا معك في اختيارٍ أو أكثر. وكما توضح أطروحة جوليان جايار Julien Gaillard[2]، جيدًا، كلما

(1) تتعلق هذه الأرقام بـ *StudioCanal, Amazon, Netflix*.

(2) *Recommender Systems : Dynamic Adaptation and Argumentation*، Julien Gaillard، أطروحة دكتوراة، ديسمبر 2014 و*Adaptive* Gaillard J., El-Bèze M., Altman E. Ethis E *models based on words in recommender systems*، أبحاث للمؤتمر الدولي « Empirical

«دارت» الآلة، كلما قادتنا إلى مجموعة ضيقة من التوصيات، مادمنا نثق فقط في برامج التوصيات، حتى مع محاولتها مراعاة التجربة الديناميكية للمتفرج، والتطور المفترض لذوقه على مدار حياته. ما نكتشفه أيضًا عندما نبحث عبر برامج التوصيات، هو أيديولوجية يتم تطبيقها، قائمة في أذهان مصممي برامج الكمبيوتر، وهي بلا شك أكثر إشكالية من أيديولوجية المشاركة الجماعية (الكاذبة) في تقييمها للأفلام: تتجه هذه الأيديولوجية للدفاع عن فكرة الإرادة الحرة للأفراد في اختياراتهم الأولية، ولكنها تقوم على فكرة مسبقة تفيد بأن الأفراد ممن لهم نفس الخيارات الأولية في الأفلام، سيشتركون بالضرورة في نفس الرغبات التي تسعى المنصة إلى إظهارها، عبر مبدأ التوصية المحايد. بهذا المعنى، يظهر «التمثيل الرقمي» للمتفرجين وكأنَّه تمثيلٌ شاملٌ، فهو يُلقي عليهم بسلبية تخضع لمحددات اجتماعية قائمة على أساس التشابه السلوكي: «نفس الخيارات = نفس الرغبات». إذا كانت أنظمة التوصية الأوتوماتيكية لا تزال حاضرة بقوة على المنصات الرقمية، إلا أنها وصلت بسرعة إلى حدودها القصوى فيما يتعلق بعدم قدرتها على منح الحياة لمجموع الأفلام الموجودة في كتالوجاتها. الطريقة الوحيدة لإحباط نتائج «تأثير التوصية» سيكون بأخذ المشاهدين على محمل الجد، من خلال عرض الأفلام بشرائطها الدعائية دون وضع أية تراتبيات أو أي تصنيفات، ومنحهم القدرة المثالية على إبداء الرأي في أعمال لها نفس التأثير الحاسم على مشاهديها كما كان الأمر بالنسبة لتأثير «الحياة الخاصة لشيرلوك هولمز» على جوناثان كو. وهو وضع مثالي من الصعب تحقيقه بلا شك. ومع ذلك، نلاحظ أن عددًا من أصحاب الكتالوجات يستعينون من جديد بطرف ثالث يقوم بدور الوسيط وهو الدور العزيز جدًا على جوناثان كو، وذلك بإعادة عرض منتجهم بطريقة أكثر إمتاعًا وأكثر قدرة على مخاطبة «السينفيل» كما هو الحال، على سبيل المثال على قناة CanalPlay: «اقضِ ليلةً مع براد بيت»، «سهرة سبعيناتية»، «أفلام رديئة بالجملة، ستضحكك من شدة سخفها!».

Methods on Natural Language Processing EMNLP-CoNLL،, سياتل ، الولايات المتحدة الأمريكية ، 2013.

2.3 الوقت المخصص لتوصياتنا الحقيقة

في أوائل عام 2014 انضم فيلم «الحياة الخاصة لشيرلوك هولمز» في نسخة عالية الجودة إلى كتالوج iTunes. هل يعرف جوناثان كو ذلك؟ هل اشتري الفيلم في نسخته الرقمية أم لا؟ النقطة هي أن الفيلم وحتى يومنا هذا -نحن في فبراير 2015- لم يجمع آراءًا كافية تسمح بنشر متوسط درجته على الجمهور، ولم يحظ بتعليق واحد. بل إن رابط الفيسبوك الذي يظهر على صفحة متجر iTunes يدعونا لكي «نكون أول من يعجبه هذا الفيلم»! يمكن لأي قارئ ماكر بعدما قرأ نص كو عن بيلي وايلدر أن ينتهز هذه الفرصة المواتية، وتغريه فكرة أن يحل محل الروائي ويكون أول من يحب «الحياة الخاصة لشيرلوك هولمز»! يا له من تتويج! فمن المدهش حاليًا اكتشاف فيلم نعتقد أنه من الصعب العثور عليه، يثير اللامبالاة في التقييمات والتعليقات. من حيث التوصيات، يدعو iTunes Store أولئك الذين اشتروا أو استأجروا فيلم وايلدر لمشاهدة فيلم «غضب» *Fury* -ليس «غضب» فريتز لانج Lang، ولا دي بالما De Palma - ولكن فيلم ديفيد أير David Ayer الذي أخرجه في 2014 ومثّل فيه براد بيت Brad Pitt. إلى جانب «غضب»، توجد توصية بفيلم «المتاهة» *The Labyrinth*، وهو فيلم خيال علمي مخصص لجمهور المراهقين، أُنتج أيضًا في عام 2014. فقط معيار النوع «أفلام الحركة والمغامرة» هو الذي يحكم هذه التوصيات، وهو معيار فقير إلى أقصى حد، فما هو النوع السينمائي الذي يربط «غضب» و«المتاهة» و«الحياة الخاصة..»؟ نلاحظ أن التوصية في الاتجاه العكسي غير مطروحة -وهو ما كان يمكن أن يشكل فرصة عظيمة لتوسعة الفضول: فلا يتم التوصية بـ«الحياة الخاصة لشيرلوك هولمز» إلى جمهور «غضب» و«المتاهة».

أكد الفيلسوف إمانويل كانط Emmanuel Kant على ضرورة فهم ما يصوغه المجتمع باعتباره ثقافة، لكي نفهم كيف يرسم كل عضو من أعضائه مساره داخل ما يسميه بشكل «مبسط» الفكر[1]. يطمح العالم الرقمي للتوصيات الأوتوماتيكية (من السهل رسم خريطة للروابط التي ينسجها هذا العالم بين الأعمال السينمائية وكذلك خريطة لتلك التي تفلت منه) إلى بناء جماعات ثقافية من المحتمل أن تتشارك في نفس الاختيارات، وذلك لأسباب اقتصادية أكثر من كونها فنية. مع ذلك فمن

(1) Kant E., *Qu'est-ce que s'orienter dans la pensée ?* Paris, Vrin, 1959

الضروري بلا شك أن نتذكر أن أقل من 0.5٪ من حوالي 20 مليون شخص شاهدوا فيلم «المنبوذون» *Intouchables* في 2011 -أكبر نجاح بشباك التذاكر لذلك العام في فرنسا- قد قاموا بالتعليق على هذا الفيلم. يجب أن نتوقف قليلًا عند التساؤل حول هذا الصمت الرقمي في عالم يسعى إلى جعل الناس يؤمنون بدمقرطة التعبير، وبخاصة التعبير عبر الإنترنت. بنت أنظمة التوصيات التلقائية مجتمعًا افتراضيًا غير موجود في الواقع، لا يتعرف الجمهور ولا المتفرجون فيه على بعضهم البعض. لا يعكس هذا المجتمع مسارهم، بل والأسوأ من ذلك، هو حريص على إخفاء ملاحظة أساسية: مسارنا كمتفرجين يتشكل ويتحدد حول أربعة أو خمسة أعمال كحد أقصى هي التي تؤسس لشخصيتنا الثقافية[1]. خلال استطلاع أجري على عينة من 350 شخصًا[2]، أجرينا استبيانين بينهما ثلاث سنوات، يدوران حول السؤالين السابق ذكرهما في بداية هذا المقال: «ما هي أفلامك المفضلة؟» و«ما هي الأفلام التي تود التوصية بها لأشخاص يهمك أمرهم؟» في كلتا الحالتين، لم يتجاوز العدد الذي ذكره مشاهدونا أربعة أوخمسة أفلام إلا نادرًا. من ناحية أخرى، حدث اختلاف كبير على مدار السنوات الثلاث في ترتيب «الأفلام المفضلة» لدى 68٪ ممن تم سؤالهم، بما في ذلك الفيلم الذي يحتل رأس هذه القائمة التذكارية[3]. أما بالنسبة للأفلام التي نريد «التوصية بها لشخص يهمنا أمره»، فعلى العكس من ذلك، لم توجد اختلافات أو كانت بسيطة. وبهدف قياس تجربة الذاكرة وتبايناتها لدى مشاهدينا، قمنا بحساب الوقت الذي احتاجوه للإجابة على هذين السؤالين. وعرضنا عليهم بالطبع أن يأخذوا «كل الوقت الذي يحتاجونه»، حتى يكونوا راضين عن الإجابة وعن ترتيب الأفلام والتوصيات. النتيجة كانت واضحة والملحوظة متكررة: احتاج كل متفرجينا للإجابة على السؤال المتعلق «بالتوصية لشخص يهمنا أمره»، ضعف الوقت. عندما ناقشنا معهم هذا الوقت الإضافي، بدا عليهم قليلٌ من الدهشة في بادئ الأمر، لكنهم كانوا واعين بأنهم يحتاجون وقتًا أطول للتفكير عندما يتعلق الأمر بالتوصية؛ فهي تجعلهم يسترجعون حياتهم على حد قولهم «بشكل أكثر فاعلية»، وتدعوهم «للتأمل في كل فيلم»، «وفيما أثاره لديهم، وفيما

(1) يشار هنا إلى مفهوم الشخصية الثقافية كما تم تطويرها بقلم رالف لينتون Ralf Linton في كتاب *Le Fondement culturel de la personnalité* ، Paris ، Dunod ، 1999.

(2) تم إجراء استطلاع سينيتروب Cinétrope كجزء من أطروحة الدكتوراه الخاصة بي بعنوان *Les Spectateurs du temps*، Marseilles ، EHESS-SHADYC-Imerec ، 1997

(3) Bonnet J.-Cl., *Naissance du Panthéon*, Paris, Fayard, 1998.

يأملون أن يثيره لدى من يوصونهم به[1]».

لا بد وأن تكون أسئلة عالم الاجتماع ذات طبيعة تأملية حتى تُمكّننا عند الإجابة عليها من النظر إلى حياتنا بعين جديدة ومبتكرة. عندما يسائل علم الاجتماع «واقع» الأفراد بهدف فهمه بشكل أفضل، يجب أن تضع الأسئلة على عاتقهم مسؤولية، يجب أن تصغي إلى صمتهم، يجب الوعي بأن خلف هذا الصمت تكمن حاجة الجميع إلى فهم ما الذي يربطهم بالحياة. عندما نسأل مشاهدينا عن الأفلام التي يريدون أن يوصوا بها لشخص مهم بالنسبة إليهم، يُواجَه معظمهم، دون أن يكونوا «سينيفيل»، بسؤال أنطولوجي أعمق مما يبدو. في الواقع، يجد عدد منهم نفسه مضطرًا إلى التساؤل: «وما هو الفيلم السينمائي؟» يصبح كل منهم بطريقته الخاصة جوناثان كو، فيحاولون الإحاطة بتجربتهم المتفردة من خلال عدد قليل من الأعمال البارزة التي تميز مسارهم. يظهرون جميعًا تماهيهم مع الأعمال التي يحبونها ويسعون لمشاركتها مع الآخرين على نمط جوناثان كو. يعتقد الجميع بشكل عام أن لديهم قراءة فريدة وغير مسبوقة، هي الأولى من نوعها للأعمال التي صارت بمرور الوقت، أعمالهم. هذه التجربة في واقع الأمر، غير قابلة للاختزال في التوصيات الأوتوماتيكية (Malinas : 2014).

> «الفن -يكتب كوكتو- Cocteau هو انعكاس لما يشبه حبيبات الحياة، ومكافئتي الوحيدة هو أن يفهمني البعض، والخلق هو السبيل الوحيد للبقاء حيًا. انظر إلى كل هذه المومياوات الموضوعة بنظام داخل توابيتها، واللاتي تعطيك واحدة منهن من وقت إلى آخر علامة غير محسوسة. لقد استنفذنا اليوم كل شيء ونجد أنفسنا أمام نوع من الحياة النباتية. انظر إلى حديقة ولاحظها كما أفعل أنا باستمتاع منذ حين، سترى حياة كثيفة تتكاثر بها».

لا تضع المنصات الرقمية في الحسبان للأسف تلك الرؤية الفنية، مثلما

(1) حول هذا السؤال الجوهري حول تمثيل الأفراد لأنفسهم، انظر
Berger P. L., Lawrence E., Harrison P., *Developing Cultures*, Routledge, 2006 ; Chartier R., *Ecouter les morts avec les yeux*, Paris, Fayard, 2008.

هو الأمر مع «تجربة كو»، تجربة كل جماهير الثقافة التي عايشت أعمالًا فنية غيرتها. تنتج منصات التوصية التلقائية -وهو ما نأسف له أكثر وأكثر- ثقافة سينمائية ملونة «بأيديولوجية الذريعة»، مبنية على مشاركة تعبر بالكاد عن التجربة الفعلية للمتفرجين الحقيقيين. وتخاطر تلك المنصات بالتقدم في طريق أعوج يشبه في تعرجه التعبير عن الفن الرسمي في الدول الديكتاتورية: «بدلًا من أن يتحدثوا، يرددون «هكذا يجب التحدث وليس بطريقة أخرى»، ثم إن حق الحديث ليس مكفولًا سوى للبعض فقط[1]».

(1) Marin L., Veyne P., *Propagande expression roi, image idole oracle*, Paris, Arkhé, 2011, p. 41.

الفصل 6
مجازات المشاهد السينمائية

«عرفنا جميعًا تلك اللحظة الفريدة حين نشعر فجأة أننا قد انفصلنا عن بقية العالم، عندما نصبح أنفسنا وليس ما يحيط بنا».

جوليان جرين Julien Green

في كتاب نُشر عام 2008 بعنوان «المُشاهد المتحرِّر» *Le Spectateur émancipé* يوضح الفيلسوف الفرنسي جاك رانسيير Jacques Rancière، الأستاذ الفخري بجامعة باريس 8، أنه بعيدًا عن الأفلام، وعن جدران قاعة السينما:

> «يسلك المشاهد سلوك التلميذ أو العالم. [...] هذا هو ما تعنيه مفارقة المعلم الجاهل: يتعلم الطالب من المعلم شيئًا لا يعرفه المعلم نفسه. يتعلم ذلك نتيجة للتمكن الذي يلزمه بالبحث والتحقق من هذا البحث» (Rancière : 2008, p. 18).

بهذا المعنى، في كل مرة ينجح فيلم ما في تعليمنا شيئًا، غالبًا ما نتحرر منه ونحمِّله معاني تتعلق بنا، ونستخلص منه تعاليم في ضوء ما يرمز إليه بالنسبة لنا. قبل عشر سنوات من جاك رانسيير، تناول فيلسوف آخر هو الكاتب الأمريكي ستانلي كافيل Stanley Cavell، الأستاذ الفخري بجامعة هارفارد، في كتاب بعنوان *La Projection du monde*، «إسقاط العالم»، فكرة التحرر تلك من منظورٍ ذي توجه اجتماعي من خلال التأكيد على الطريقة التي يبني بها كل منا الإسقاط الخاص به، عند نقطة التقاء مفهومه للعالم المتولد من الإحساس والعقل من ناحية، والأفلام التي ينغمس فيها كمتفرج من ناحية أخرى. من المؤكد أن بعض الأفلام وبعض الممثلين وبعض المواقف التمثيلية تستطيع أحيانًا أن «تحدثنا» بطريقة فريدة بحيث تثري تجربتنا الشخصية، وتحفز خيالنا وأفكارنا، وتلهمنا سلوكيات ومواقف وأفعال. بالنسبة لستانلي كافيل.

«هذه هي الطريقة التي نمنح بها المعنى ونعطي الأهمية للقدرات التعبيرية المادية للسينما. إن منح المعنى وإعطاء الأهمية هي أفعال أساسية يقوم بها تباعًا المخرج والناقد السينمائي (أو الجمهور)» (Cavell: 1999, p. 11-12).

في الحقيقة، تضعنا السينما أمام:

«الطريقة الوحيدة التي تمكننا من الاقتناع (بحقيقة العالم) والتي تتمثل في التقاط صورٍ له، وذلك بخلاف قدرتنا على أن نقترب منه بقلوبنا». [...]: (Cavell : 1999, p. 142).

تشبه هذه الصور العديد من «المجازات» -بالمعنى الحرفي للكلمة- التي يصنعها المتفرج. فهو يعتمد على الفيلم لاختراع الكنايات الخاصة به، فيحيد به عن معناه بهدف بناء شبكة من المعاني الخاصة به تنير وعيه ووجهة نظره في العالم وفي حياته. في كل مرة يذهب عالم اجتماع السينما إلى قاعة السينما لتسجيل ردود أفعال الجماهير، يحدوه الأمل في رؤية هذه «المجازات السينمائية» تتشكل في صورة أفعال أمام عينيه. إن أكثر القاعات التي تمنح المتعة هي بلا شك تلك التي تصنف مشاهديها حسب الفيلم الذي يعرض. بشكل عام هي القاعات التي تعرض أنواعًا معينة من الأفلام. دائمًا ما يعتقد جمهور هذه القاعات أنه يعرف بالتقريب ما سوف يشاهده، من خلال الإعلانات والملصقات والممثلين الوعود التي تعلن عن العرض. بل إن «سلاسل» الأفلام الأمريكية التي حققت أكبر النجاحات الجماهيرية -وكذلك تلك التي لاقت نجاحًا أقل- تقدم نفسها بوصفها حاملة لقيمة مؤكدة ووقت مشاهدة مضمون لا ينطوي على مفاجآت كبيرة. ومع ذلك، عندما يبدأ السيناريو في اللعب على ما تنتظره «جماهيره»، وعندما يخرج عن القواعد لخلق غير المتوقع، يظهر في ملاحظات عالم الاجتماع أن ردود أفعال الجمهور تشير إلى سعي الفيلم لاصطحاب المتفرج إلى حيث لم يتوقع. وعلى عكس الكليشيهات التي تتكرر في لقاءات بعض الخبراء من هؤلاء المتكلفين أو من محدودي الخيال (غالبًا ما يكون هؤلاء هم أولئك) فإن وظيفة الفن بشكل عام والأعمال الفنية على وجه الخصوص

ليست هي استفزاز المشاهدين أو وضعهم في مواجهة مع آخر غريب، ولكن توجيهم باتجاه هذا الغريب من خلال الاعتماد على المألوف، وتحفيزهم باللجوء إلى ما يعرفونه بهدف اصطحابهم خارج مساراتهم المطروقة. وهكذا فإن إعلان فيلم «الزيارة» *The Visit* وهو العمل الأخير لنايت شيامالان Night Shyamalan، الذي صدر في 2015 كان يَعِد مشاهده بعمل جديد ينتمي إلى نفس نوع الـ *found footage* [(1)] القادر على بث لحظات من الرعب الفعال، على شاكلة فيلم «بلير الساحرة» *Blair Witch* بحيث يجد المراهقون والأزواج الذين يشكلون غالبية جمهور الفيلم المذكور سببًا وجيهًا للتحاضن والاستمتاع بإخافة بعضهم البعض. كل شيء كان مُعَدًّا من أجل ذلك، كل المشاهدين كانوا مستعدين لجذب «تي شرت» من يجلس بالجوار لدرء الخوف. هنا وبلطف نسبي، سوف يتلاعب طموح شيامالان بتوقعات المشاهدين لكي يقدم خطابًا عن الشيخوخة والجنون والعزلة وعن الروابط الأسرية، وكثيرًا ما كان الرعب يتحول إلى ضحك. لم يأت الرعب حين توقعنا. الغرابة هي كل ما لا نستطيع مواجهته: يبدو أن هذا هو ما أراد المخرج أن يخبرنا به: مخاوفنا المرضية التي نعيشها بشكل يومي، علاقاتنا مع آبائنا أو أجدادنا التي تجعل من المستحيل نقل ميراث ثقافي يتمسكون به، في حين أنه لا يهمنا كثيرًا. جئنا لكي نشعر بالخوف، فخرجنا بعد أن ضحكنا ولدينا بعض الأفكار التي نتأمل فيها. قوة الأفلام، بما في ذلك أفلام هوليوود عندما تكون أفلامًا ناجحة، تأتي من قدرتها على طرح أسئلة كبرى لها طابع عالمي وسياسي تموج بها حياتنا المعاصرة من خلال تصوير مواقف عادية وفريدة. تساعدنا هذه الأفلام على التفكير في العالم من خلال تلك الحركة التي نطبعها عليها والتي تنتقل أحيانًا من السينما إلى الحياة ومن حيواتنا إلى السينما، لكي تشكّل «المجازات السينمائية»، مجازاتنا سينمائية. النماذج السبعة للمجازات السينمائية المذكورة أدناه -غير الملائم سياسيًّا، النوع الغائب، روح الإليين، في مدح التنوع، المقادير والصدف، النزوع نحو الشفقة، نادي الفيديو، مكان لانتقال الخبرات -والتي صغناها من خلال أفلام رائجة، هي نتاج لمقابلات معمقة أجريت مع عدد من المتفرجين عند خروجهم من دار العرض السينمائي، أو لمقابلات ترصد ردود أفعالهم تجاه موضوع من موضوعات الساعة. توضح لنا تلك النماذج بطريقتها الخاصة، كيف يمكن لكل منا -منذ اللحظة التي يلمسنا فيها

(1) إعادة استخدام لقطات أو مشاهد تم تصويرها في فيلم بغرض صنع فيلم آخر. ويشير المصطلح كذلك إلى فئة من أفلام الرعب التي تستخدم فيها تلك التقنية بمنحها روحا تسجيلية تزيد من خوف المتفرج بمشاهد الرعب. (المترجمة)

فيلم ما- أن ينخرط في عملية اتصال تتأتى قوة الجماليات السينمائية فيها بالأساس، من كوننا نحمّلها شواغلنا الأخلاقية أوالسياسية أو الفلسفية. ما تخبرنا به هذه المجازات السينمائية هو أن تلك الأعمال السينمائية لا توجد لذاتها، لكنها قابلة دائمًا لأن تتشكل بشخصياتنا، نستحوذ عليها عند الرغبة من خلال نشاط الفرجة[1].

1. المجاز السينمائي الأول[2] «أسوأ جيراننا 2»

غير الملائم سياسيًا

ينتمي فيلم «أسوأ جيراننا 2» *Our Worst Neighbours 2* لنيكولاس ستولر Nicolas Stoller إلى فئة «أفلام طلاب المدن الجامعية». ويستهدف شريحة عمرية من المتفرجين تتراوح أعمارهم ما بين 15 و21 عامًا ممن يبحثون عن المزاح شديد الابتذال، والمواقف الفاضحة، والهلاوس شديدة التدني عن المخدرات والكحول أو الجنس الجامح للفتيات من ذوات الصدور النافرة والأولاد من ذوي العضلات الزيتية البارزة. لكن المخرج بحجة بأنه يبيعنا جزءًا ثانيًا من الفيلم مماثلٌ للجزء الأول، تتمادى فيه الشخصيات أكثر في غيها، يقوم -على عكس ما يبدو- بدعوة مشاهديه بسلاسة إلى النظر في أسئلة ذات طبيعة سياسية ووجودية.

تنتظر عائلة رادنر Radner طفلها الثاني. لذلك يقرر ماك Mac وكيلي Kelly بيع منزلهما لشراء منزل آخر أكبر في الضواحي، وهو ما يشكل الخطوة المنتظرة لهذين الأبوين الشابين في مسارهما باتجاه «الحياة الحقيقية للبالغين». وفي حين أنه لم يكن لديهما أي شروط لشراء منزل المستقبل الخاص بهما، فإن مشتري منزلهما كان لديهم شروطهم التي تتمثل في السماح لهم بالمجيء إلى المنزل في أي وقت، على مدار ثلاثين يومًا للتحقق من أن البيت ومحيطه وظروفه يتوافقون مع ما يتوقعونه. في ذلك الوقت، حلت في المنزل المجاور رابطة للطالبات المتحررات، وهو نفس

(1) قُدّم كل مجاز -بعد كتابته- للمشاهد الذي جرى الحوار المعمّق معه للموافقة عليه، بحيث يكون له القول الفصل في (إعادة) بناء أفكاره أو كلماته أو تأملاته التي صيغت في النص في شكل موضوع.

(2) تم الإعداد بناء على مقابلة مع ستيفاني، 32 عامًا، أفينيون، أغسطس 2016

المنزل الذي كانت تشغله في السابق جمعية طالبات يديرها تيديTeddy، هذا المشاغب المثير -الذي لعب دوره الممثل زاك إيفرون Zac Efron- والذي تسبب لهما في الكثير من المضايقات قبل أن يُمضي بضعة أشهر في السجن، كنتيجة حتمية لمغامراته الليلية مع الطالبات. ستقوم فتيات Kapa Nu الصغيرات -بدعم من Teddy الذي يجد الفرصة كبيرة للانتقام من جيرانه السابقين- بعمل ما هو أسوأ بكثير، فقد استأجرن هذا المنزل بالأساس لأنه لم يعد بإمكانهن تحمل التحيز على أساس الجنس وصرامة النظام الجامعي الذي يرفض إقامة الحفلات إلا في مقار الجمعيات الطلابية فقط. لذلك قررت الفتيات جعل منزلهن رمزًا لهذا الاحتجاج وللحرية النسوية الجديدة. استنادًا على هذا الإطار الخفيف في ظاهره، سيقوم كتاب السيناريو الخمسة -سيث روجن Seth Rogen، بريندان أوبراين Brendan O'Brien، إيفان غولدبرج Evan Goldberg، جاي كوهين Jay Cohen ونيكولاس ستولرز Nicholas Stollers بخلق مواقف تتفاعل معها جماهيرهم وتمكنهم من كسبها في ذات الوقت، وذلك بهدف التسويق بشكل مستتر لرؤية سياسية لطريقة حياة أمريكية جديدة، تفضي إلى قيم التسامح والتضامن، وتقدّم شكلًا من أشكال القطيعة مع أسلوب تمثيل النزعة الجماعية بطابعها الطفولي في معظم أفلام الجامعة المخصصة للمراهقين في السينما الأمريكية. إذا كنا ممن يقبل بفكرة التأثير المحتمل للتمثيلات، يمكننا الاعتقاد أن «أسوأ جيراننا 2» -مثله مثل مسلسل «الـ 24 ساعة» *24 hours* الذي تدور أحداثه في منتصف صيف 2016 والذي ساهم بلا شك في الترويج لصورة إيجابية لرئيس أسود يحتل قمة السلطة في الولايات المتحدة -هو بلا شك أفضل فيلم ترويجي يستهدف الشباب الأمريكي ويسعى لدعم القيم التي تتبناها حملة هيلاري كلينتون Hillary Clinton الرئاسية.

تبحث جميع الشخصيات في «أسوأ جيراننا 2» عن الحرية قبل أي شيء آخر، لكنها ليست حرية نظرية تعلن عن نفسها كقيمة عليا، إنما هي حرية براجماتية، لها سياقها، حرية متواضعة، مطلوبة كمُكَمِّل صغير يسمح بالحفاظ على الأساس في ما تطمح إليه تلك الشخصيات. بالنسبة لعائلة Radner، يتعلق الأمر ببيع منزلها مقدمًا وعدم الدخول في دوامات «الرهن العقاري». بالنسبة لـ Teddy، يتعلق الأمر بالعثور على وظيفة، وهذا ليس بالأمر السهل عندما تكون قد أمضيت في السجن بضعة أشهر بينما سِنُّك لم يزل عشرين عامًا. أما فتيات الرابطة النسائية، فيسعَين إلى التحرر من

لوائح الجمعيات النسائية حتى يتمكن من الحياة بوصفهن إناثًا جميلات لا يُنظر إليهن كأشياء، بل شخوص. بالنسبة لأصدقاء عائلة رادنر، يتعلق الأمر بالاحتفاظ بقسط من الطفولة إلى جانب كونهم آباء. وفيما يخص أصدقاء تيدي، فإن تكوين أسرة مع الحفاظ على بهجة علاقات الصداقة هو ما يصبون إليه. سيحاول كل منهم، كما هو، وفي إطار حدوده، تحقيق حلمه، وهو حلم في متناول أيدي الجميع بالتأكيد، لكن بشرط أن يتعاون الجميع لتحقيقه: هذه هي الرسالة الأساسية للفيلم. يُلاحَظ أن شباب المتفرجين يتفاعلون بقوة مع إعلان صديق تيدي -هذا الفتى رائع الجمال- حبه لصبي آخر، ومع القبلة الناعمة التي سيتبادلانها أمام فرحة تيدي الكبيرة. سنسمع في قاعة السينما بعض الأصوات تردد: «اللعنة، لكنهم مثليون». لكن هذه القبلة الحاسمة في الفيلم هي التي ستحدد لونه، ومن ثم يشارك الفيلم في تلك «الخفة العميقة» للكوميديا التي رفعت هوليوود رايتها منذ لوبيتش Lubitsch وفيلمه «أكون أو لا أكون» *To be or not to be*. «جيراننا الأسوأ 2»، مع كونه فيلمًا للمراهقين، هزلي من البداية إلى النهاية، إلا أنه يجعل المتفرجين يتقبلون من خلال الضحك والابتسامات التي تغلبهم، أسئلةً ستبقي معهم وغالبًا ما ستكون موضوعًا لحواراتهم الأولى عند الخروج من قاعة العرض.

«شيء رائع، بل مفاجئ أن يقول أفراد عائلة رادر للفتيات أنه لا ينبغي التخلي عن أهدافهن الأصلية بل تحقيق غاياتهن»، «وظيفة تيدي الجديدة ملائمة له، ولكن يا لها من سذاجة مزيفة أن يتساءل لماذا يعشق المثليون وجوده كمنظم للحفلات الرسمية ... »، «مشهد رمي السدادات المستعملة، جعلني أشعر بالغثيان في أول الأمر، لكن في الواقع، وراء ذلك توجد مطالبات هامة، لقد أحببت الفيلم» ... يمكننا القول -إذا أعدنا صياغة مقولة عالم الاجتماع جان مارك ليفيراتو Jean-Marc Leveratto عن سينما لوبيتش، أن «أسوأ جيراننا 2» يحارب بكل قوة أي ميل باتجاه أيديولوجية «ترامب» المحافظة. هزيمة هذه الأيديولوجية تعود إلى الطريقة التي تنجح بها شخصيات الفيلم بشكل جماعي في جعل أهدافها المتواضعة في متناول أيديها وفي أن تتشارك فيها. وكما قال ماركس «ينتقم الواقع» من أي أيديولوجية تجعل الإنسان يمشي على رأسه. يتقبل نساءٌ ورجالٌ «أسوأ جيراننا» بعضهم البعض كما هم، أي كما يطمح كل منهم في أن يكون! بهذا المنطق الذي يجعلنا نضحك كثيرًا على كل شيء في هذا العمل، يمكننا أيضًا أن نجد أنه «من الرائع» رسم عضلات بطن لم تعد

لدينا، باستخدام قلم التحديد ذي الرأس الأسود، والتنزه بصدر عارٍ بجانب شخص لا يزال لديه مثل تلك العضلات. هي طريقة لإظهار البحث عن الذات الذي يجمعنا، لأننا في الحقيقة نتشابه بالتأكيد.

2. المجاز الثاني[1] : «كونج: جزيرة الجمجمة» Kong Skull Island، النوع الغائب

لا يمثل «كينج كونج» صورةً للقوة الذكورية أو للجنس عند الحيوانات كما تَصوَّر، في كثير من الأحيان، معظم النقاد الذين علقوا على الفيلم في نسخه المتعددة. في الواقع، بالنظر إلى حجم الحيوان، سيكون من الصعب طرح التساؤل عن حقيقته الجنسية. تصوراتنا النمطية تجعلنا نراه بوصفه ذكرًا، لكن لا يوجد شيء في الواقع يعكس جنسه. لا نشاهده أبدًا في موقف جنسي أو أي موقف يظهر جنسه في الأفلام، إلا في فيلم واحد اخترع له رفيقة بحجمه. كونج ملك، لكن يمكنك أن تسميه أيضًا الملكة كونج Queen Kong ، ولن يغير ذلك أي شيء في الموضوع. ليس جنسه هو ما يهم لكن حجمه هو المهم. في الواقع، لم تكن فيرجيني ديسبنتس Virginie Despentes التي كتبت «نظرية كينج كونج» *King Kong Théorie* مخطئة تمامًا، عندما تخيلت أن القرد العملاق يُعدُّ استعارة للجنس قبل التمييز بين الأنواع ، شكل لكائن مُخنَّث بعيدًا عن الصور النمطية الجنسانية. فكلنا دمى له، لأن كونج بالفعل يلعب بالدمى. في أفلام «كينج كونج» السابقة (كان هناك 7 أفلام بين عام 1933 و 2005)، ظلت القصة هي نفسها إلى حد كبير. رأى الكثيرون أن الشخصية النسائية ذات الطابع الكاريكاتيري التي تظهر في ملامح امرأة شابة بيضاء جميلة وساذجة، هي ضحية واضحة للسيطرة الذكورية. صحيح أن الفكرة الفلسفية واحدة، إلا أنها تترجم معنى مُضادًا. ففي مواجهة الأسلحة، واختبارات القوة، تنتصر المرأة التي تروض كونج ببراعة ومهارة غير مصطنعة. هي تدرك أمام هذا الكائن المهول، أن ما يجب عليها مواجهته هو آخر غريب وأن المواجهة هي الوجود من خلال الأخذ والعطاء. لكنني أصر على أنه يمكننا أن نرى

(1) تم الإعداد بناء على مقابلة مع إيميلي Émilie، 42 عامًا، باريس، يونيو 2017.

في الشخصية التي يميل إليها كونج رجلًا، دون أن يغير ذلك في الأمر كثيرًا لأنه من المستحيل حدوث علاقة جنسية مع البشر صغيري الحجم. يعبّر كونج اليوم عن أزمة الأنواع، لا أكثر ولا أقل، ويجعل موقفنا أكثر نسبية من الحياة الحيوانية وعما يجب أن يكون عليه موقعنا في الحياة معًا داخل بيئة مغلقة -هي هنا جزيرة- منعزلة عن بقية العالم. نحن لسنا في «حديقة الديناصورات» *Jurassic Park*. يأتي الرجال والنساء إلى هذه الجزيرة وتُكتب لهم النجاة فقط عندما يفكرون في التكيف بناءً على معايير ثقافية واجتماعية تختلف عن تلك التي تحكم حداثتنا.

ومع ذلك، وبفضل حب المرأة، سيتخذ الحيوان العملاق في النهاية صفات إنسانية. هذه هي أسطورة «الجميلة والوحش» *The beauty and the beast*. لأنه من خلال إعادة قراءة «الجميلة والوحش»، ندرك أنه ليس الحب هو ما ينتصر، لكن أولًا وقبل كل شيء هي الثقافة: يجب أن يتشارك كل من الجميلة والوحش أولًا في لغة تجمعهما، بل في ثقافة مشتركة. إن ما يجعل الجميلة غريبة في عالمها ليس كونها جميلة، بل كونها امرأة تقرأ! وهذه القراءة هي التي ستتشارك فيها أولًا مع الوحش! فالحب ثقافي بامتياز. إلى جانب ذلك، كما هو الحال في «روج وان: قصة من حرب النجوم» *Starwars- Rogue One*- الذي صدر مؤخرًا، تظهر نساء تستثمرن أنفسهن في الفعل والسلطة -أكثر من أي وقت مضى- مثلما كانت الأميرة ليا Leia توأم لوك سكايووكر Luke Skywalker. يُظهر إعلان «أولويز»[1] كيف تتكون الصور النمطية، يتعلق الأمر هنا بنجاة الجميع بنفس الطريقة، في عالم تتحدد فيه نقطة البداية من خلال الآخر الذي يمثله كونج. نحن في مملكته، حيث يقدم لنا كينج كونج بالأساس طريقة للتعاون بين الرجل والمرأة، وهذا هو ما يشكل الجديد بحق.

في فيلم «كينج كونج» الأخير إخراج جوردان فوت روبرتس Jordan Vogt، الذي صدر في 2017، تغيب البطولة في حد ذاتها، يتميز بها شخصٌ ستتكشّف من خلال المغامرة. تكشف لنا البطولة عن أنفسنا أولًا ثم بعد ذلك يأتي الآخرون. كان السيد Le Cid في مسرحية كورني de Corneille مبارزًا مثيرًا للشفقة، لكن بطولته تجاوزت إخفاقاته ومخاوفه الصغيرة الجبانة بحيث تم تكريسه كبطل. البطولة هي المسار الذي نسلكه للتحول، هذا المسار الذي يتيحه لنا موقف اجتماعي متميز يجعل من كل منا الأول

(1) حملة إعلانية لماركة الفوط النسائية ظهرت في 2014 تحارب بها الأفكار النمطية السائدة التي تقلل من شأن الفتيات. (المترجمة)

أو الأولى في سياق معين ولمدة محددة هي مدة القتال أو الكفاح، مثلما كان الحال مع إيرين بروكوفيتش Erin Brockovich. لذلك فإن التمثيلات ضرورية، ولكن ليس فيما يتعلق بهذا الموضوع فقط. يمكننا بهذا المعنى أن نشاهد من جديد الفيلم الجميل «أجورا» *Agora* لأمينابار Amenabar والذي يدور عن أول امرأة فيلسوفة. هذه التمثيلات غير المتحيزة جنسيًا يجب أن تُعمَّم بالضرورة لكي نتمكن من التحقق في حيواتنا، لأنه ما من امرأة ستحقق «حلمها» في عمل يحقق فيه رجل «طموحاته». السينما هي انعكاس يمكننا أن نرى من خلاله عقليات عصر ما، مع توقع طفيف لما يمكن أن يحدث للعالم.

3. المجاز الثالث[1] «روج وان» Rogue One

روح الإليين

إن أكثر ما يفاجئنا عند ما نستمع -من موقع عالم اجتماع الجماهير- إلى ردود الفعل داخل دور السينما التي تُعرض فيها المتتالية الأخيرة من أفلام قصة حرب النجوم «روج ون»، هو أن ما يثير ضحك المتفرجين بشكل يكاد يكون كاملًا - هم فقط الروبوتات. بالتأكيد يوجد مقطع مضحك للغاية يقوم فيه شيروت إموي Chirrut Imwe، وهو مكفوف لا تخلو شخصيته من الفكاهة، بتنبيه حراس الإمبراطور الذين أسروه أنه من المبالغ فيه دون شك وضع كيس من القماش على رأسه لمنعه من رؤية المكان الذي سيُقتاد إليه. لكن فيما عدا هذا المشهد الذي ينتمي لأنطولوجيا فكاهية مبنية على الالتباس فيما يتعلق بإعاقة يقبلها صاحبها ويتعامل معها بشكل محايد، فإن الأدوار الكوميدية في هذا العالم الحربي تلعبها شخصيات غير بشرية، إليون لديهم حس اجتماعي نمي بفضل مصاحبتهم لمن يتوجهون نحو التمرد، وذلك بالاختلاف الكبير عن آلات «الإمبراطورية» المنضبطة. في رسالته المخصصة للضحك، يلاحظ الفيلسوف بيرجسون Bergson أننا «نضحك في كل مرة يعطينا أحدهم انطباعًا بأنه آلة أو شيء». وندين لفيلسوف آخر، آلان Alain، بالحكمة الشهيرة التي تقول أن الضحك «يختص به الإنسان، لأن الروح -كما يكتب- تتحرر فيه من

(1) تم الإعداد بناء على مقابلة مع خالد، 53 عامًا، كليرمون فيران، فبراير 2016.

المظاهر». إنها بالفعل روح تشبه روح الوردة المعدنية تلك التي تظهر لنا مع روبوتات «حرب النجوم»، على الأقل بالنسبة لمن يظهرون كخط أحمر ممتد من فيلم إلى آخر، أو من تسلط عليهم الأضواء سواء على الشاشة أو في الأكشاك التي تعرض منتجات تحمل صورهم. نتذكر أسماءهم، وتختلط علينا الأحرف والأرقام قليلًا في بادئ الأمر، ثم بعد أن نعرفهم جيدًا نستدعيهم لقوة حضورهم، مثلما نستحضر مادة في القانون أو آية في صلاة: K-2SO ، BB-8 ، C3PO، R2D2. نثني عليهم لشخصياتهم المهيمنة: R2D2، مشاكس صغير وعنيد، C3PO ثرثار، محب للبروتوكول من الطراز القديم، BB-8 مخلص وحازم، يدافع عن الآخرين، K-2SO ساخر، متسامح وملتزم. الضحكات التي يثيرها كل منهم متحررة من المظاهر، هي نتاج عكسي لما قاله برجسون، Bergson، لأننا نضحك هنا في كل مرة يعطينا الروبوت انطباعًا بأنه يتخذ صفات إنسانية، إنسانية جدًا، بل وإنسانية للغاية.

تأتي واحدة من الجمل الأكثر طرافة على لسان C3PO في «روج وان»، عندما يلاحظ أن المتمردين مشغولون بتحميل سفنهم للمغادرة على عجل لكي يرحلوا عن الكوكب الذي لجأوا إليه. يُشهد كعادته «صديقه» R2D2 معبرًا عن صدمته، فيقول: «انظر إلى كل هذا الهرج والمرج، ولم يهتم أحد بتنبيهنا أن الجميع راحلون. هم حقًا ينظرون إلينا بشكل سيئ للغاية، بالرغم من كل ما نقوم به! «في الواقع، يضحك المتفرجون بحرارة على هذه الجملة لأن أحدًا لم يحذرهم كذلك أن الجميع راحلون عن الكوكب، هم فقط شهودٌ سلبيون على ما يحدث .. لم تكن جملة C3PO مجرد مزحة، لكنها خلقت وساطة مباشرة مع الجماهير التي استحوذ عليها بالتأكيد، فوحده الجمهور هو من يهتم بما يقول. هو لا يُضحك أبدًا أيًا من شخصيات السرد في الفيلم. إذ دائمًا ما يعود إلى وضعه كإنسان آلي، يُباع أحيانًا كالعبيد، أو يتم تفكيكه في ورشة عمل، أو يتم إخراسه عندما يتكلم كثيرًا .. فقط شعب الإيوكس Ewoks الذين يعيش على قمر إندور Endor هو من سيكرس C3PO باعتباره إلهًا من ذهب عندما يفشل أبطال الفيلم في كوكب الغابة هذا. إلى جانب ذلك، سيكتسب C3PO بحكم الواقع، حق الحياة والموت على رفاقه في اللعبة. ونفهم أنه سيتلاعب بهذا الحق لكي يكتسب قليلًا من الاعتبار، لأنه في نهاية الأمر، هذا هو ما يُطالب به بشكل دائم C3PO: قليلٌ من الاعتراف، لا يفهم لماذا لا يمنحه إياه البشر الذين يرافقهم بإخلاص وفي احترام للتراتبية البروتوكولية : «سيد لوقا،

سيد لوقا!»، لا يوجد شخص آخر يمنح لوقا لقب السيد سواه، هو البعيد كل البعد عن معرفة ما سوف يؤول إليه مصيره.

ومن المفارقات أن الروبوتات التي «أعيدت برمجتها» حتى تكف عن الطاعة كالعبيد وحتى تكتسب القدرة على المبادرة من خلال مشاركتها في التمرد، سوف تحصل في النهاية على الاعتراف، وهذا الاعتراف لا يمكن تلخيصه في الكفاح من أجل الحصول على الاعتراف. فمن خلال مشاركة النضال مع المتمردين في سبيل القيم المشتركة والمختارة في حرب لا نعرف كم من الوقت ستستمر، تشير الروبوتات إلى ما يشكل تلك النفوس القوية التي تدرك أنه لا يوجد موعد نهائي في الصراع، ولا ثمن ثابت، ولا وجود للعادي أو لليومي، وأن ما نعطيه لا قيمة له في حد ذاته، بل يصبح رمزًا لعلاقة تنشأ من قلب الإيمان بأن قوتك في الجانب الصالح. من R2D2 إلى BB-8، من C3PO إلى K-2SO الساخر الذي سيجعلنا نفهم قبل كل الأبطال الآخرين ما تعنيه التضحية في سبيل المؤسسة، تُخاطِب روبوتات «حرب النجوم» روح جماهيرها وهي مستمرة في إضحاكنا، وتصل بالتساؤل عما يمكن أو لا يمكن لتلك الجماهير أن تفعله في مواقف مماثلة إلى أقصى حدوده. يقودنا «روج وان» إلى استنتاجات مماثلة إلى حد بعيد لتلك التي وصل إليها أمارتيا سين Amartya Sen، الاقتصادي الهندي الحائز على جائزة نوبل عندما كتب: »قد يستجيب فعل الشخص لاعتبارات لا تتوائم -أو على الأقل لا تتوائم بالكامل- مع راحته«. هنا يكمن انفتاح المرء على فعل غير أناني، فعل اجتماعي حقًا. والروبوتات هي التي تذكرنا بذلك، هذه الروبوتات التي هي بلا شك أكثر اهتمامًا بتعلم الضحك أو البكاء من شن الحرب. أليس هم الأمناء الحقيقيون على القوة، هم الأمناء الحقيقيون على الجزء الأكثر إنسانية في أرواحنا، هم الذين لا يكفون عن الإشارة لنا إلى الطريق نحو «حالة السلام» التي تسود عندما يكون الاعتراف المتبادل الذي نقدمه لبعضنا البعض، ليس فقط مسعى لكن واقع، بل والأهم من ذلك، واقع معاش.

4. المجاز السينمائي الرابع[1]: «روج وان»

في مدح التنوع

سيسمح لنا «روج ون» أولًا -مثلما هو الحال في الـ *Spins-off*[2] اللذين سيأتيان فيما بعد أو في فيلم «القوة تنهض» *The Force Awakens* والفيلمين التاليين -بقياس مدى ولائنا على المدى البعيد لمشروع غير مسبوق يصاحب حياتنا، يشكل طريقتنا في التفكير في تلك الأسطورة الحديثة، ويخترع رمزية تفيض بالروحانية والفلسفة، وكذلك بشخصيات مفيدة لطريقتنا في فهم ما نحن عليه، ولكن أيضًا في فهم ذلك الشخص الذي من المحتمل أن نكونه في المستقبل. العودة للوراء والقصص الجانبية، مثل قصة «روج وان»، تعمل على فهم الأصول. لكن يظل من المهم ألا يكون كل شيء واضحًا أو مقروءًا، لأن «حرب النجوم» هي محل إسقاط وتأويل بالنسبة لجماهير الفيلم. وهكذا، فإن فيلم «روج وان» يقوم على المسارات السردية لعالم في طور التغير، هو يختار موقعه في لحظة تتبدل فيها الأشياء، ويسائل العالم نفسه عن كيفية تطوره نحو الخير أو الشر، عندما لا يزال كل شيء غير مؤكد، وهو ما يجعل الأمر ممتعًا لأن هذه الأفلام تبين لنا كيف تفكر الشخصيات الخيالية في الخيارات في أوقات عدم اليقين. هنا بلا شك نجد المرآة الأكثر نقاءً التي نرى فيها مرحلة شبابنا بالذات، تلك المرحلة التي يجب علينا -أكثر من أي مرحلة أخرى- أن نقوم بعمل خياراتنا خلالها. لا يمكن ألا نفكر في من يضلون الطريق ويسلكون السبيل السهل المميت نحو التطرف، السبيل الذي يمنحهم وهمًا وهو يقودهم نحو مصير سيجعلهم يزلون ويفقدون أرواحهم. بهذا المعنى وعلى شاكلة سلسلة «حرب النجوم» منذ بداياتها، يقترب «روج وان» من إنتاج مفهوم للعالمية، لأنه لا يهدم ثقافات العالم بأي شكل من الأشكال، بل يتزاوج معها للإعلاء من شأن نزعة توفيقية منفتحة. لذلك يظهر «روج وان» مثل توليف رائع وغير مسبوق في طريقته في تضفير القصص الدينية بالأساطير والثقافات. نجد أنفسنا هنا في نوع من السرد التفسيري للماضي والحاضر القابل للانتقال من بلد إلى آخر، بحيث يستطيع معظم المتفرجين أن يجدوا فيه انعكاسًا لجزء من ثقافتهم وحضارتهم، ومعتقداتهم. يمكننا

---

(1) تم الإعداد بناء على مع مقابلة مع جان جاك، 56 عامًا، باريس، يناير 2016

(2) Spin-off هو مسلسل تلفزيوني أو إذاعي أو غيره يدور حول شخصية ثانوية موجودة في عمل آخر. وبالتالي، يستفيد صناع spin-off من نجاح للمسلسل الذي اشتق منه. (المترجمة)

قراءة «حرب النجوم» من منظور محلل الأساطير الشهير جورج دوميزيل Georges Dumézil وأن نرى كيف يعيد الفيلم تنشيط نظريته عن الوظائف الثلاث، حيث تقوم كل من السيادة والدين، الحرب والإنتاج بتحديد توازنات النظام الاجتماعي ومجموع النصوص الأسطورية لجميع الشعوب الهندو-أوروبية. وبينما يرى البعض في «حرب النجوم» سلسلة تجارية، منتجًا صرفًا من منتجات العولمة، يطور الفيلم منذ بداياته فنًا أكثر طموحًا من ذلك يهدف إلى الحديث عن العالمية.

سلك ديزني والمخرجون الجدد الذين حصلوا على حق امتياز «حرب النجوم»، أثناء مرافقتهم لتلك المغامرة، طريقًا مماثلًا ظهر في رغبتهم في أن تنتشر تلك الحكايات الراهنة بشكل مفيد. نلاحظ ذلك بشكل أكثر وضوحًا مع «روج وان». فلديهم خبرة وحرفية مماثلة لصناع العمل السابقين وطموحًا مشروعًا في سعيه إلى التوجه إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير. نادرة هي تلك المشروعات الثقافية التي تطمح حقًا إلى ذلك، بحيث تتخذ مكانها جنبًا إلى جنب مع ثقافاتنا الخاصة، فتضيف إليها دون الرغبة في استبدالها. ونرى ذلك أيضًا عند الجماهير الشغوفة وتمكنهم عبر هذا العمل من إبراز العلاقات بين عالم «حرب النجوم» وثقافتهم الخاصة أو روحانياتهم. من المهم أيضًا أن نلاحظ اتساق المؤلفين مع بعضهم على مدار الفصول التي تغذي هذه الملحمة تدريجيًا، وبخاصة مع «روج وان»، وحرصهم على أن نشعر أننا حقًا مُمَثَّلون مهما كانت أعراقنا أو ثقافاتنا أو آفاقنا في عالم «حرب النجوم» الكوزموبوليتاني. يبدو أن قوة أسطورة «حرب النجوم» غدت تسمح بصياغة لغة ذات صبغة أكثر عالمية، «بابل» من المعاني الثقافية الحديثة. يبدو أنه بعد 500 عام، سيعتقد المؤرخون وعلماء الاجتماع وعلماء الأنثروبولوجيا أن «حرب النجوم» كانت أسطورتنا المفضلة، وأن إيماننا بها كان لأسباب وجيهة. لذا فمن الضروري أن نفهم أن قضية «حرب النجوم» -على الرغم مما يبدو- ليست فقط هي تمثيل الأقليات، ولكن أن الحقيقة والقوة ليستا حِكرًا على هذا أو ذاك، وأننا جميعا نحمل جزءًا ممكنًا من تلك القوة. منذ بدايتها، واليوم أكثر من أي وقت مضى، كان طموح حكايات «حرب النجوم» هو التعبير عن اختلاف الأقليات وتكاملهم معنا، الأقليات التي تفقد في هذه الروايات تلك الخاصية التي تجعلنا نطلق عليها بشكل خاطئ اسم «أقليات». دائمًا ما ظهرت في الفيلم الرغبة في احتضان الكثرة المجتمعية. وكذلك، نادرة هي الأعمال الخيالية التي تصور كبار السن بشكل بطولي مثل أوبي وان -Obi

Wan في الحلقة الرابعة، والتي جسدها إليك جينيس Alec Guiness، أو لور سان تكا Lor San Tekka -الذي لعب دوره ماكس فون سيدو Max Von Sydow- في الحلقة السابعة. النقطة المهمة هي أن النساء تحصدن بقصدية ووضوح حصة أكبر ضمن الشخصيات الهامة، وكذلك الأمر بالنسبة للشخصيات الأخرى من غير الشباب ذوي البشرة البيضاء والنعومة المزيفة الذين يتم تعذيبهم في أحوال كثيرة، والذين طالما أعطتهم السينما الأمريكية مكان الصدارة.

مع جون بوييجا John Boyega وفورست ويتاكر Forest Whitaker -وهما ممثلان أمريكيان من أصل أفريقي يحتلان مكان الصدارة على التوالي في الفيلم السابق «القوة تنهض» وفي فيلم «روج وان» -ليس الإنجاز هو مجرد إظهار هذين الممثلين، لكنه يتعلق بمنحهما أدوارًا تنسف المظاهر: يمكننا جميعًا أن نرى أنفسنا فيهما متجاوزين أشكالهم الجسدية، ونتعرف على أنفسنا في أفعالهم وفي قصصهم. هذا هو أجمل تحد إنساني في تلك الملحمة: التعرف على الذات في الآخرين الذين لا يشبهوننا في المظهر الجسدي ولكن يلهموننا بسلوكهم. تساهم رسالة «حرب النجوم» العالمية في الاعتراف بالكل وبقيمة حياة كل فرد. إن استعارة الكون المتوازن السائدة في «روج وان» تبدو ملائمة بشكل خاص لفهم الكيفية التي يحيل بها هذا الموضوع إلى رسالة سياسية. المشكلة في هذه الرسالة هي أن من تتملكهم العنصرية والرغبة في استبعاد «الآخر» نادرًا ما يكون «حرب النجوم» ضمن أفلامهم المفضلة. نفس الشيء نجده مع تفوق النساء اللواتي تستحوذن وحدهن على أدوار البطولة مرتين في أحدث أفلام السلسلة، «روج وان» و«القوة تنهض» الذي يترجم بإصرار مفيد ضرورة أن «تخلق» سياسيًا مكانة للجميع معترفًا بها في السرديات، حيث يبرز «حرب النجوم» في مصفوفته العميقة حاجتنا إلى التمثيلات لتغيير رؤيتنا عن العالم. بهذا المعنى يقدم الفيلم منظوره: في الوقت الذي كاد أن يكون فيه لأمريكا سيدة تشغل منصب الرئيسة، تظهر أهمية الطريقة التي تشكل بها القصص تقبلنا لمن يصوغون العالم، ونفهم أكثر أن أحكامنا الجمالية مشروطة بأسسها الاجتماعية، وأنها بعيدة كل البعد عن الاستقلال. وحدها السينما كمؤسسة تتيح فهم أحكامنا اليومية حول ما هو جميل وما ليس جميلًا، وفهم كم تتشابك السينما على وجه الخصوص مع حياتنا لكي تضيئا بعضهما البعض بشكل متبادل. مع «روج وان»، لا تتوقف السينما عن تذكيرنا وبقوة أنه يفضل أن «نرى معًا» قبل أن نعيش معًا، أو أن نكون معًا.

كتب ليو كالفن روستن Leo Calvin Rosten: «نرى الأشياء على شاكلتنا، ولا نراها كما هي». على مدار ما يزيد قليلًا عن قرن من الزمان أصبحت السينما بلا شك أكثر من مجرد مصنع للأحلام. تشكل السينما مواقفنا وسلوكنا، طرقنا في الحياة، بل وفي الحياة معًا. الدموع التي تجعلنا نذرفها تهيئنا لمواقف الانفصال أو الفقد التي نخشاها، أو تجعلنا نتذكر تلك التي عشناها. كل قبلاتنا اليوم هي قبلات سينمائية. غالبًا ما يلهم أبطالنا الموجودون على شريط الصورة الأفعال التي نقوم بها وكلماتنا الشجاعة، أو على الأقل، تلك التي نريد أن نقولها. حتى أفلامنا الأولى لديزني ساعدتنا منذ وقت مبكر على إدراك هذا الشعور -التعاطف- الضروري لكي نعيش بين آخرين، غالبًا ما يشبهوننا، لأنهم مثلنا شاهدوا نفس الفيلم. هذه هي الطريقة التي يجب أن نفهم بها أيضًا طموح مبدعي «حرب النجوم». هو عمل هيّأنا لدخول القرن الحادي والعشرين ومثل أعظم أعمال السينما، فإن شخصياته وقصصه المصورة تساعدنا -كما كتب الفيلسوف ستانلي كافيل Stanley Cavell - على الحفاظ على الإيمان بالتوق إلى عالم مستنير، أمام الحلول التوفيقية التي نعقدها مع الطريقة التي يحيا بها العالم.

5. المجاز السينمائي الخامس[1]: «هؤلاء والآخرون»

المقادير والصدف

16 أبريل 2016. في هذا اليوم من أيام السبت، ذكرت الصحافة اليونانية أن البابا فرانسيس وهو في زيارته للبلاد قد قرر العودة إلى إيطاليا باثني عشر «طفل للرب». ثلاث عائلات سورية لاجئة مكونة من ستة بالغين وستة أطفال تتراوح أعمارهم بين عامين و 17 عامًا تم اختيارهم عن طريق القرعة لمغادرة اليونان ومعسكر كارا تيبي Kara Tepe المفتوح، وذلك للانضمام إلى الفاتيكان. لقد أجازت كل من اليونان وإيطاليا الفكرة ومنحت تأشيرات دخول. وفقًا للسلطات اليونانية، كانت هذه العائلات «معرضة للخطر» وكانت أوراقهم جاهزة. يتعهد الفاتيكان إذًا بتحمل الأعباء المالية لهذه العائلات وستعتني بها من تلك اللحظة فصاعدًا طائفة سان ديجو

(1) تم الإعداد بناء على مقابلة مع إيديث Édith، 60 عامًا، جينجان، أبريل 2016.

Sant-Egidio، ومقرها روما. «هي لفتة صغيرة -كما يقول البابا- من تلك اللفتات الصغيرة التي علينا جميعًا القيام بها. أن نمد اليد لمن يحتاجها». لكنها أكثر من مجرد لفتة، ما يقوم به البابا هو دفع خيالنا الخصب الذي يستمتع بتوليد الرموز إلى توليد قصص من داخل القصص، وذلك ابتداءً من عدد الأطفال الذين تم اختيارهم. اثني عشر. إذ فوجئ بعض المعلقين بأن هؤلاء الاثني عشر جميعهم مسلمين، بينما تضمنت القائمة الأولى عائلتين مسيحيتين، وهو ما يقوي من رمزية العدد. فرقم 12 رقم أساسي في الديانات الثلاث الكبرى . نتجه بفكرنا بالطبع إلى الحواريين الاثني عشر الذين رافقوا يسوع، وإلى أبناء يعقوب الاثني عشر الذين أنجبوا الاثني عشر قبيلة لبني إسرائيل، وفي الشيعة الإثني عشرية الذين يؤمنون بوجود اثني عشر إمامًا خلفاء لمحمد. كان من الممكن أن نأنتأن تكون المعايير مختلفة، إذا ما حدث تعديل بسيط في اختيار العائلات الثلاث السورية: لماذا لا تُؤخذ عائلة من كل طائفة رئيسية؟ لماذا لا يتم اختيار اللاجئين منذ أمد أطول؟ لماذا تم اختيار الأكثر «تعرضًا للخطر» من بين تلك العائلات؟ لماذا، بكل بساطة، لم يتم اختيار العائلات الثلاث الأكثر عـددًا؟ التصريح بمعايير الاختيار شيء معقد للغاية خصوصًا بالنسبة لفكرة يجب أن تستمد قوتها أولًا من عفويتها، ومن كونها ليست نتاجًا لقرار تم اتخاذه بعد تفكير طويل. إن الاختيار بالقرعة الذي نقلته وسائل الإعلام اليونانية سمح باستكمال بيان التبرير، بل إنه حاول بطريقة استباقية أن يشير إلى وجود بعد إلهي في هذا الاختيار، بعد مصيري بل وقدري يتخلل حياة يومية تقوم فيها الصدف، من خلال القرعة -وهو ما يذكرنا به البابا مستشهدًا بألبير كامو- بدور إله حكيم. إن اختيار اثني عشر شخصًا فقط بنهاية هذه القرعة، لا يقنعنا بوجود روابط دلالية حقيقية.

نمتلك خيالًا سيميولوجيًا. وخيالنا وحده هو الذي يربط بخيط انتقائي الحقائق والصور وتجاربنا اليومية ويعطيها معنى ويكشف عنها في أشكال متوقعة أحيانًا، وغير متوقعة في أحيان أخرى، مثل تلك الأشكال التي تخرج من لعبة النقاط التي كنا نستمتع بربطها في طفولتنا، أو تلك الوجوه التي نفاجأ بها عندما ننظر إلى السحب. خيالنا سيمولوجي، قد يقول البعض إنه تأسيسي، لأنه يعطي لأفعالنا غالبًا قصدية أكثر مما لها، ويصيغ أفكارنا بشرارات من العبقرية، ويحيل لقاءاتنا إلى صدف تم ترتيبها بشكل أو بآخر وحيواتنا إلى أقدار. هذا هو السبب في أننا في بعض الأحيان أحيانًا ما نستمتع باللعب بهذا الخيال الذي نتمنى أن يكون لدى غيرنا

أيضًا لكي نتلاعب به. هذا هو ما نفعله عندما نضع أنفسنا عمدًا في طريق شخص نريد إغواءه ونجعله يعتقد أن الصدفة السعيدة هي التي جمعتنا، بينما قد قضينا أسابيع طويلة في مراقبة عاداته. هذا هو ما نفعله كذلك عندما نكرر إلى ما لا نهاية الجملة الصحيحة التي نريد أن نقولها في اللحظة المناسبة، بينما نجعل الآخرين يعتقدون أنها مرتجلة، وأنها تنبع من ذكائنا المتقد لكي نثير بعضًا من الإعجاب أو الدهشة في عيون الآخر. لكن هذه الحركات الصغيرة تؤدي فقط إلى توليد القصة، فنتصور أننا نتحكم في معناها لأن الآخر قد صدقنا أو تظاهر بتصديقه لنا. إنَّ شهيتنا للقصص لا تشبع أبدًا، ورغبتنا في الإيمان بلعبات القدر -أيًا كان اسمها- هي على استعداد دائم للانفتاح على آفاق جديدة أو تبدو لنا كذلك.

استغل المخرج كلود لولوش Claude Lelouch هذا الخلط الحميم بين القصص والمصائر، بين الحكايات والأقدار، بين الصدف والتزامنات. المضحك، بل ما تتضمنه سينما لولوش من مقامرة، إنه يسمح لنا رغمًا عن نفسه تقريبًا، بإدراك أن ما نطلق عليه اسم «صدفة» هو أولًا وقبل كل شيء ما نراه كذلك، أي تلك العلامات التي نربطها ببعضها البعض. لكن دعونا لا ننخدع: عملية إنتاج الدلالة هذه ليست سوى ترجمة لقدرتنا الحادة (نوعًا ما)، على اكتشاف سلسلة من الأحداث التي يبدو وكأنها تنتظم لصنع حكاية. وتتأتى المتعة مما يتكرر فيها وما يبدو مألوفًا وذلك بخلاف مفهومنا عن الصدفة غير المتوقعة بطبيعتها. لولوش يعرف ذلك، ويتعامل معه. هذا الهوس هو ما يمنحه مكانة فريدة في عالم السينما. هذا هو السبب الذي يجعل كذلك مشروع هذا المخرج، الذي يولف ويفكك الأقدار، مثيرًا للاهتمام، يزعجنا أحيانًا، ويفتننا بالذات عندما يتيح لنا الوصول إلى ذلك العالم المتكرر، مثلما هو الحال في فيلمه الرائع «هؤلاء وأولئك» Les Uns et les autres، الذي أخرجه عام 1981. يجب أن نشاهد من جديد «هؤلاء وأولئك»، مع الأخذ في الاعتبار أن الفيلم يقدم بيانًا عن مفهومه عن المصير والقدر. كيف ننسى ذلك بينما الفيلم يُفتتح بهذا الاقتباس لويلا كاثر Willa Cather الذي يشير إلى «النغمة» التي تضبط في انسجام آلات الأوركسترا كما نقول في الموسيقي، تلك النغمة التي ينسجم حولها فيلم «هؤلاء وأولئك» وسينما لولوش في مجملها، نغمة للسينما ولحياتنا: لا وجود سوى لقصتين أو ثلاث فقط في حياة كل منا. وهي تتكرر بقسوة شديدة كما لو كانت لم تحدث قط. يبقي أن نرى ما إذا كان علينا الركون فقط إلى هذا القدر، إلى تلك الصدفة المسيطر عليها التي استدعاها لولوش

وأفلامه، أو البابا بالقرعة التي أجراها على العائلات، والتي تذكرنا أننا لسنا متساوين في الحياة ولا في الفرص، وأن عبارة «تكافؤ الفرص» هي نفسها عبارة خيالية تحبسنا بداخلها، طالما يوجد هؤلاء وأولئك. عندما نحيل نتائج القرعة إلى الإرادة الإلهية، وعندما نرى في قصصنا تكرارات مستمرة، فنحن نخلط بين القدر والقسوة. الحكاية أجمل بلا شك من حيواتنا. لكن هذا الجمال هو من ذلك النوع المطمئن، فهو يتوافق مع ما يمكن أن نجده تحت هذا الجرس الزجاجي الذي نسميه حياتنا اليومية. مهما كان الاسم الذي نطلقه عليه -الرب، المصير المحقق، القدر الفعلي- ينعكس «ارتباط القوس قزح»[1] أحيانًا في زجاج هذا الجرس. وفي ذلك الانعكاس لقوس قزح نتذكر حدودنا وموقعنا وحقيقة أنه ربما نحتاج إلى كسر الجرس بعض الشيء لتجاوز تاريخنا، وأخيرًا لكي نخترع قصة جديدة. وختامًا، وبعد أيام قليلة من انتشار خبر القرعة في وسائل الإعلام اليونانية، تراجع المتحدث الرسمي لدى سانت إيجيديو، روبرتو زوكوليني Roberto Zuccolini، عما حدث قائلًا، أن عددًا قليلًا فقط من العائلات كان مسجَّلًا فعليًّا قبل دخول اتفاقية تركيا والاتحاد الأوروبي حيز التنفيذ، وهو التاريخ الذي كان سيتم من بعده ترحيل المهاجرين الذين لم يحصلوا على حق اللجوء، أو لم يتقدموا بطلب، إلى تركيا. لا قرعة إذًا. المعايير سليمة على الورق فقط، وكذلك المعايير التي تحدد وضع العائلات الأكثر تعرضًا للخطر. يبقى أنه كان من الضروري الاختيار، وأن معايير الاختيار النهائي ظلت لغزًا حتى اليوم. إلا لكلود لولوش ربما، الذي يعرف جيدًا أنه هناك «أيام وأقمار».[2]

6. المجاز السادس[3]: دوري وتورليس

«النزوع نحو الشفقة»

في عام 1906 نشر الكاتب النمساوي روبرت ميوزيل Robert Musil روايته الأولى «معاناة التلميذ تورليس» *Die Verwirrungen des Zöglings Törless*، وهي رواية من روايات التعلم. بعدها بستين عامًا،

(1) أغنية شهيرة من عرض «المابيت شو» تتحدث عن الإيمان بالنفس والسعي وراء الأحلام. (المترجمة)

(2) فيلم لكلود لولوش *Des jours et des lunes* تدور أحداثه عن تأثير الليالي المقمرة على مصائر بعض البشر. (المترجمة)

(3) تم الإعداد بناء على مقابلة مع مدحي Medhi، أفينيون، 28 سبتمبر 2016.

اقتبس المخرج الألماني فولكر شلوندورف Volker Schlöndorff الرواية في فيلم يحمل نفس العنوان، احتفظ فيه بما يشكل قوة الرواية وإشكاليتها الرئيسية: كيف قد تقودنا علاقاتنا مع الآخرين، داخل مؤسسة تعليمية متميزة، إلى التفكير في القيم الأخلاقية للمجتمع ككل، وفي معنى هذه القيم؟ وراء هذا التساؤل، يكمن تساؤل آخر: كيف يفترض من الهيئة التربوية المدرسية أن تصاحب تساؤلاتنا عن العالم الذي نكتشفه -أو لا تصاحبها- بينما تهز هذه الأسئلة كياننا وتبني جانبًا هامًا من وعينا الإنساني والسياسي. من المؤكد أن قراءة كتاب ميوزيل أو مشاهدة فيلم شلوندورف تظل مفيدة للغاية في اللحظة الراهنة، التي تضع فيها فرنسا من جديد قيم الجمهورية -الحرية والمساواة والأخوة والعلمانية- في قلب المسارات التعليمية داخل المدرسة، منذ روضة الأطفال إلى الجامعة، وذلك كرد على المخاوف المتعددة المتعلقة بالهوية، التي تجسدت منذ هجمات تشارلي Charlie والباتاكلان Bataclan، والهجمات الأخيرة في سانت إتيان دو روفراي Saint-Étienne-du-Rouvray أو نيس Nice. من ناحية أخرى، بين «عالم دوري» *Finding Dory*- أحدث إنتاج شركة ديزني، الذي تزين ملصقاته الإعلانية الحوائط المحيطة بحفلات التخرج -وبين مدرسة «تورليس»، ليس هناك سوى خطوة واحدة، نخطوها ذهابًا وإيابًا. تستحق هذه الرحلة القيام بها، لأنها تظهر ثوابت مشتركة بين العملين -بالرغم من الخمسين عامًا التي تباعد بينهما، وبالرغم من سياقاتها شديدة الاختلاف. تظل تلك الثوابت للأسف غير قابلة للتجاوز، في طريقة تفكيرنا في الوجود الاجتماعي بين الآخرين، ومع الآخرين، وبالرغم من الآخرين، وأحيانًا ضد الآخرين، وجود اجتماعي يقودنا فيه الملائم سياسيًا إلى التحايل على المواجهة الحقيقية مع المعنى الذي يجب أن نعطيه لثقافتنا المشتركة، ولذاكرتنا الجماعية، ولوعي أكثر يقظة يفترضه «الوجود معًا».

قصة الشاب تورليس هي قصة شاب يعيش في مدرسة داخلية عسكرية في فترة نهاية النظام الملكي في النمسا-المجر. سيلتقي داخل مدرسته بباينبرج Beineberg وريتنج Reiting، طالبان ساديان يبحثان عن «ضحية». الطالب باسيني Basini هو من سيدفع ثمن ميولهما المنحرفة. في إحدى الأمسيات، يتم ضبط باسيني المفلس وهو يسرق لكي يسوي ديونه الملحة، وبدلًا من الإبلاغ عنه، يحتفظ باينبرج وريتنج وتورليس بالسر حتى يتسنى لهم معاقبة باسيني بأنفسهم وتحويله إلى عبد خانع. لا يشارك تورليس في أفعال التعذيب، خلافًا لرفيقيه، لكنه يبقي متفرجًا. يحاول أن

يفهم خضوع باسيني وسادية أصدقائه من منظور نفسي طارحًا التساؤلات عن الروح وعن معنى الوجود. بل إنه سيستدعي العلوم والرياضيات لكنه لن يجد إجابة مناسبة. وفي سعيه الدؤوب نحو المعرفة المطلقة، تنمو علاقة مثلية بينه وبين باسيني الذي يبدو مستمتعًا بالمصير الذي صنعه له جَلّادوه. إلا أنه في اللحظة التي يقرر فيها توريس الدفاع عن باسيني، يتم اتهام باسيني بالسرقة، ويفصل من المدرسة بناء على نتائج التحقيق معه. يتم استدعاء توريس أمام مجلس إدارة المدرسة، ويحاول الدفاع عن باسيني. لكن بعد الكثير من الكلام الملتف عن العقلانية واللاعقلانية، وبعد عرضه لأفكار معمقة عن القيم، يخلص إلى ما يلي:

> «انتهى الأمر الآن. أعلم أنني أخطأت بالرغم من كل شيء. لم أعد أخشى شيئًا. أعلم أن الأشياء تظل نفسها وستبقى دائمًا كذلك، وسأستمر في رؤيتها أحيانًا بهذه الطريقة، وأحيانًا بتلك، كثيرًا بعيون العقل وأحيانًا مع الآخرين .. ولن أحاول عمل المقارنات مرة أخرى... ».

كيف يمكن لهذا المنطق أن يخرج من عقل تلميذ صغير بهذا الشكل؟ يبدو ذلك مستحيلًا في نظر أساتذته الذين يختتمون قولهم باقتضاب فور الاستماع إليه:

«هذا النبي الشاب أراد أن يعطينا محاضرة! لكن حق الشيطان لم يكن ليفقه منها شيئًا! يا له من حماس! وهذه الطريقة في خلط أبسط الأشياء. [...] يبدو أنه قد أولى أهمية كبيرة للعامل الذاتي في تجاربنا، ومن هنا كان اضطرابه العميق وغموض تعبيراته. [...] لا أعرف ما الذي يحدث في رأس هذا الشاب، لكن من المؤكد أن حالة الإثارة التي هو عليها شديدة بدرجة تجعل من تمديد إقامته هنا أمرًا غير مستحسن. من الضروري مراقبة غذائه الروحي بشكل أفضل مما يمكننا القيام به هنا. لا أعتقد أننا نستطيع الاضطلاع بهذه المسؤولية أكثر من ذلك. لقد أصبح توريس ناضجًا بما يكفي لكي يذهب إلى التعليم الخاص: سأكتب إلى والديه بهذا المعنى».

رأى العديد من المعلقين والمحللين لميوزيل في هذه الرواية التربوية تمثيلًا يتنبأ بمستقبل النخبة التي ستضع النازية محل التطبيق بعدها بسنوات في ألمانيا، لأن ما تقوم الرواية بوصفه هو أكثر جوانب استغلال الإنسان للإنسان قتامة، والانجرافات الأكثر وحشية للغرب. إن ما يميز تورليس عن رفاقه ليس سوى تلك المسافة التي يضعها بينه وبين الفعل، مسافة تسمح بالوساطة، وتشكل الطريق الوحيد المتاح للتفكير بهدف بناء تحليله، وبالتالي خطابه. إن ما يستحثنا على قراءة ذلك الكتاب الذي يحتفل هذا العام بمرور مئة وعشرة عامًا على صدوره، وهذا الفيلم الذي يحتفل بعيده الخمسين، هو جمود وقصور أعضاء هيئة التدريس (حتى لا نقول تخليهم عن واجبهم) الذي كان يفترض القيام بمصاحبة أخلاقية لمنطق تورليس وأفعال رفاقه. إذا انطلقنا من مبدأ أن وجهة النظر الأخلاقية عن الوجود تفترض أن يعطي الإنسان أهمية أساسية لمن حوله، فإن لاأخلاقية رفاق تورليس تؤدي بهم إلى معرفة أنفسهم بطريقة تختلف تمامًا عن طريقة تورليس، لأن ما يمارسونه في الواقع هو التغلب على ما يسميه نيتشه Nietzsche «النزوع نحو الشفقة». يتعلق الأمر إذًا بهذه «الحيلة»، بهذا التجاوز الزائف للذات، الغارق في الانحراف والذي يقارب الخساسة. كيف نتصور أن معلّمًا يفتقد الشعور بالمسؤولية الذي يوجب عليه توجيه تفكير تلاميذه باتجاه أكثر إنسانية؟ صحيح أن كل شيء هو إنساني في نهاية الأمر، لكن الإنسانية ليست في كل فعل إنساني. هل هناك صعوبة من فهم ذلك؟ من المفترض أن يكون إيماننا بتعاليمنا عميقًا، وبالتالي برسالة المعلّم. إذا كان بإمكاننا مقارنة «عالم دوري» وعالم تورليس فذلك لأن الحياة في السكن المدرسي تشبه بشكل من الأشكال الحياة في حوض كبير للأسماك تتكاثر فيه التجارب. دوري سمكة من بحار الجنوب فقدت ذاكرتها، كل تجربة لها هي تجربة جديدة لا تلبث وأن تنساها. هي تنسى كل شيء تقريبًا. أحيانًا ما تطفو ذكرياتها للحظة مشوبة بهوس. إنّ سمكة الجراح الزرقاء تلك -بما أن هذا هو نوع السمكة- تذكرنا أننا نولد مندهشين، إيجابيين، ممتلئين بالرحمة و«الشفقة الفطرية» بعيدين عن جنون العظمة، وتذكرنا بأن العنف والخبث هما ما يباعدان بيننا وبين أنفسنا ويحرماننا من الشعور بالوجود. المدارس والجامعة والسكن الجامعي تشبه أحواض الأسماك من حيث أنها تشكل عوالم مغلقة تعيد إنتاج عالمنا في صورة مصغرة. هي أماكن مفتوحة على الخبرات المتنوعة، خبرة الآخر والأنا، خبرات واضحة وملموسة، نعيشها بقدر كبير من التناقضات. ولهذا السبب فإن الهيئة

التعليمية يمكن أن تلعب دورًا مركزيًا في دعم تطور شخصية التلاميذ، لا سيما فيما يتعلق بتربيتهم الأخلاقية والاجتماعية. يجب أن نتذكر أنه لا معنى لمؤسساتنا إلا إذا كانت تعاليمها الأخلاقية تحدو بنا إلى الانفتاح على الإيثار الذي يعلمنا كيف نفضل الآخرين على أنفسنا، وأن هذا هو الطريق الصحيح الذي يقود إلى مساعدة الذات، عندما نكتشف أن التصرف وفقًا لضمائرنا يغذي شعورًا مستترًا وملهمًا: نزوعنا نحو العالمين.

وحتى لا نخطئ، فلنعلم أن هذا الشعور الأخاذ هو ما يفتقده الشخص الإرهابي الذي يقرر الفعل من خلال تصفية روحه في دماء الآخرين، وذلك عندما يتخلى -دون أن يحقق أي نوع من الانتصارات- عن «النزوع نحو الشفقة»، ذلك النزوع الذي كان من الممكن أن يبني إنسانيته رغم كل شيء، إذا ما انتقل إليه وإذا ما تقبله.

7. المجاز السابع[1] كن لطيفًا وأعِد لفَّ الشريط

نادي الفيديو، مكانًا لانتقال الخبرات ...

اختفت اليوم معظم نوادي الفيديو بسبب غزارة المعروض من الخدمات الرقمية التي تعد مستخدميها بالسرعة والوفرة وإمكانية الوصول إلى كتالوجات الأفلام التي لا يمكن لأي مكان «على الأرض» أن ينافسها. بالرغم من ذلك استمر حنين حقيقي لدى جيل 1990/1980 الذي عرف نادي فيديو الحي وتردد عليه في الزمن الذي شهد ذروة تلك الأماكن، تلك الفضاءات المختلفة والمتشابهة، حيث كان الرهان الأول معظم الوقت هو العثور على شريط الـ VHS الذي سيسمح لك بقضاء وقت ممتع بمفردك أو مع الأصدقاء. كان الهدف يتحقق عندما نكتشف «اللؤلؤة»، أي ذلك الفيلم الذي لم يجد غالبًا مكانه على قمة شباك التذاكر عند عرضه في القاعات، ومع ذلك هو ينطوي -في عيون مشاهديه الجدد من عشاق فيديو سهرة السبت- على سيناريو يعج بالابتكار، وفن للحوار لا مثيل له، أو يعد بطليعة فنية جديدة لم تكن تنتظر سوى نظرتهم قبل أن تنكشف للجمهور العام وللنقاد الذين أفلتوها. سريعًا ما رأى مرتادو نوادي الفيديو تلك الأماكن على أنها مغارات لعلي بابا يمكنهم فيها تطوير

(1) تم الإعداد بناء على مقابلة مع جيدو Guido، 48 عامًا، نيس، يوليو 2017.

حصافة سينيفيلية مختلفة تمامًا عن «السينيفليا» الشرعية وعن نظرة النقد الرسمي. هذا هو ما يفسر، ضمن أمور أخرى، ذلك الشعور بالحنين إلى نوادي فيديو الحي القديمة: من ناحية كانت تمنح الوهم المثالي بامتلاك كلّ ثقافي تحيطه جدران المتجر الأربعة بتفاصيلها المتشابكة. ومن ناحية أخرى، جسدت نوادي الفيديو وعدًا بتشكيل ثقافة سينيفيلية خاصة بكل متفرج بالاعتماد على ذاته. ثقافة سينيفيلية لها شكل غير رسمي تخضع لاختيارات المتفرج، بمعنى أنها بعيدة عن حتمية الاختيار الذي تفرضه تلك الفضاءات اللامكانية: المجمعات السينمائية التي يتم برمجة العروض فيها على المستوى القومي، والقنوات التلفزيونية التي تكرس لأفلام سهرة الأحد «الشهيرة».

مما لاشك فيه أنَّ الميزة الفريدة لنادي الفيديو كانت امتلاكه لعدد قليل جدًا من نسخ أفلام VHS، إن لم تكن نسخة واحدة، مما كان له أكبر الأثر في تشجيع رواد المكان على التردد عليه. في الواقع كان من الشائع جدًا أن يكون الفيلم الجديد المطلوب من جميع العملاء قد تمت استعارته، أو أنه لم يعد بعد، أو محجوز «على الأقل للأيام الثلاثة القادمة»، وأنه لابديل سوى اختيار فيلم آخر من أجل قضاء «أمسيات الفيديو- بيتزا». كان كل ذلك يشكل فرصًا كثيرة لبدأ مسار «سينيفيل» لأعضاء النوادي الأكثر اجتهادًا والأكثر انتظامًا. التنقل المادي ما بين الرفوف المغطاة بشرائط ال VHS، واختيار فيلمك بعد قراءة المكتوب على ظهر علبة الشريط: ملخص القصة ونوع الفيلم وأسماء الممثلين والمخرج، كذلك مناقشة الفيلم مع المسئول عن النادي أو مع زبائن آخرين موجودين في المتجر يقدمون خبراتهم، كل ذلك كان يشكل طقوسًا راسخة ومؤسسة لنشاط معظم جماهير نادي الفيديو. أن تُعرض كل هذه الأعمال بجانب بعضها البعض على رفوف تتيح رؤيتها جميعا بوضوح، وألا تكون ممهورة بملحوظة تقييمية أو تعليق يحمل رأيًا مسبقًا، وألا تحل خوارزمية ما محل التفاعل الاجتماعي الذي يتبادل فيه الأقرانُ توصياتهم، كل ذلك ساهم في جعل نوادي فيديو الأحياء مؤسسات صغيرة تنتسب إلى روسو Rousseau، أي أماكن يمكن لأي زائر أن يدرك فيها بوضوح محفزات أفعاله ومعناها الاجتماعي ومسببات خياراته الثقافية وسياقاتها. على مدار ما يقرب من عشرين عامًا، صاغت المجموعات الصغيرة من أعضاء نوادي فيديو الحي بشكل غير ظاهر نوعًا من البرجماتية المستخلصة من سينيفيليا شعبية جديدة، شكلت ممارسات واجتماعيات من الممكن أن نلاحظها في حياة

أعضائها. وقادها في ذلك تلك الروح الإيجابية التي تولدها ثقافة «الشعور بالسعادة» كما تظهر مثلًا «أفلام الرفقاء»[1]. بنت تلك المجموعات تراتبياتها الخاصة في تصنيف الأفلام، ومنحت القيمة لأفلام كانت ستسقط بدونها من التاريخ الأكاديمي للسينما. الشيء *The Thing*، إجازة فيريس بيولر *Ferris Bueller's Day off*، الأولاد الضائعون *The Lost Boys*، روبوكوب *Robocop*، قف بجانبي *Stand by me*، نادي الإفطار *The Breakfast Club*، بائعون *Clerks*، فضائيون *Aliens*، آخر بطل أكشن *Last Action Hero*، نقطة فاصلة *Point Break*، قصة رومانسية حقيقية *True Romance*، شظية مرتدة *Ricochet*، خيال رخيص *Pulp Fiction*، دخول التنين *Operation Dragon*، إنديانا جونز *Indiana Jones 2*، فوق القمة *Over the top*، الهارب *The Fugitive*، الفك المفترس *Jaws 2*. بفضل مشاهدي نوادي الفيديو، وجدت هذه الأفلام شهرة حادثة من خلال ابتداع علاقة مع الأعمال التي كرستها «السينما الشرعية»، علاقة لا تسعى إلى التهديد، ليست علاقة ضد، ولكن علاقة مع، فسمحت لتلك الأعمال أن تعيد التفكير في ذاتها انطلاقًا من الفضاء الديمقراطي للمحلات الصغيرة التي تعير أفلام الـ VHS. لقد حولت هذه المتاجر الصغيرة الكثير من صالونات البيوت إلى منتديات نقاش حقيقية بدون رئيس، تدور حول جودة هذه الأفلام التي كانت تسعى بالأساس إلى إضافة حس اللعبة في قلب ثقافاتنا البصرية. وفي حين كانت هذه المحال في طريقها للاختفاء في 2008، خصص المخرج ميشال جوندري Michel Gondry فيلمًا يقدم به تحية لها، يصور فيه عاملين في أحد محال تأجير أفلام الفيديو يضطران بسبب ظاهرة مغناطيسية تؤدي إلى مسح جميع الأشرطة الموجودة في متجرهم، إلى إعادة تصوير أفلام مثل «صائدو الأشباح» *Ghostbusters*، و *Driving Miss Daisy*، بإمكانياتهما المحدودة. ستلقى تلك الأفلام التي أعيد تصويرها نجاحًا لا مثيل له لدى عملاء نادي الفيديو. مع «بي كايند ريوايند» *Be Kind* Rewind (كن لطيفًا، وأعد لف الشريط)، يقوم ميشيل جوندري بما هو أكثر من كتابة البيان الرسمي لوفاة ممارسة ثقافية صارت في طي النسيان. هو يذكرنا أنه بالرغم من التنوع البادي أمامنا، فنحن نعجز أحيانًا عن التعرف عليه، وعن كيفية الاستفادة من مشروع حقق نجاحًا مدهشًا في توليد طموح مشترك ناقل للممارسات الثقافية. نفكر في الأمر ثم ننساه.

(1) Budy movie: نوع سينمائي يعتمد في قصته على شخصيتين مختلفتين على شاكلة الثنائي لوريل وهاردي. (المترجمة)

خلاصة
السينما والحياة

لم يتضح ما إذا كانت شائعة أم هي معلومة حقيقية من تلك التي تنتشر على الانترنت، أم هي نادرةٌ قادرةٌ على شحذ خيال من تُحكي لهم. يتعلق الأمر بقصة عادت للانتشار منذ بضع سنوات تفيد بأن شارلي شابلن Charlie Chaplin قرر في عام 1915 أن يلعب لعبة عندما تَقدَّم متنكرًا ومتخفيًا إلى مسابقة لشبيهي شابلن نظمها مسرح في سان فرانسيسكو San Francisco ، جاء فيها ترتيبه في المركز الثالث، ولم ينجح في الوصول إلى المرحلة النهائية للمسابقة. أحيانًا كان يتم إثراء تلك القصة -كما لو كان ذلك من شأنه تأكيد مصداقيتها- بتفاصيل تدعي أن شارلي شابلن نفسه هو من ذكرها لمراسل في صحيفة شيكاجو هيرالد *Chicago Herald*، وحكي كذلك أنه حاول مساعدة المشاركين الآخرين في حركتهم لتقليد شخصية الصعلوك الشهيرة التي ابتدعها. أصبحت هناك نسخٌ عدة منتشرة من هذه القصة، تحدِّد مكانها أحيانًا في مونت كارلو بسويسرا، ولندن في أحيان أخرى. تختلف هذه النسخ أيضًا في الترتيب الذي حصل عليه تشارلي شابلن، فقد يكون المركز الثاني أو الخامس أو السابع والعشرين. في الواقع، استغرق الأمر وقتًا قصيرًا للغاية لكي تصبح قصة شابلن مثل أسطورة صغيرة معاصرة. وبسبب عدم وجود مؤلف فعلي معروف لتلك القصة، بالإضافة إلى اعتمادها على مراجع مكتوبة ضعيفة السند تعود إلى طبعة قديمة من صحيفة شيكاجو هيرالد، فقد أصبحت واحدة من تلك القصص التي يرويها الناس ويكررونها ويغيرون فيها مع تكراراتها المتوالية. من الواضح أننا نسعد بسرد هذه القصة بقدر ما يسعدنا أن نستمع إليها. هذا المكون من المتعة يشكل في حد ذاته جزءًا لا يمكن إنكاره مما يصنع «الأسطورة»، لأنه إذا كانت هناك متعة فلأن هذه القصة تقول لنا أكثر من مجرد ما توحي به. هي تكشف لنا شيئًا عن أنفسنا، وعن علاقتنا بالواقع، بالمرئي، بالوهم، بالمظهر، وبشكل أعم، بالعالم الرمزي للتمثيلات الذي صاغه قرننا العشرون بفضل الفن السينمائي مع غيره من الفنون. تعلمنا السينما تصور الأفراد والشخصيات والتجسيدات التي تملأ مخيلتنا بوجوه تكون مألوفة لدينا أحيانًا أكثر من وجوه المقربين إلينا. كذلك عندما نفكر في شابلن، فإن ما يتراءى لنا بشكل عفوي هو بالفعل شارب تعلوه قبعة سوداء مستديرة، تضاف إلى هذه التصورات الأولى، الحركات المتأرجحة

لرجل صغير، يلف عصا يده بحركة جانبية مثل المروحة.

تتيح لنا السينما فهم كيف نخلق المعنى من خلال من نشاهدهم، كيف نلتقط الآخر المختلف، وكيف نستحوذ على هذا الاختلاف. لكن ذلك لا يكفي لفهم كيف أصبح لقصة شبيهي شابلن بعدًا أسطوريًا. يعود هذا البعد في المقام الأول إلى العديد من الأسئلة شبه الأخلاقية التي تثيرها القصة التي يمتعنا سردها: لماذا نعتبر، نحن البشر، أن أي محاولة لتقليد شخص ما، هي لعبة اجتماعية؟ ما هي العناصر التي تجعلنا نرى التقليد جيدًا أو رديئًا؟ ما الذي يجعلنا قادرين على تصنيف شخص على أنه يقلد شابلن أفضل من شابلن ذاته؟ ما الذي نراه في هذا الفائز ولا نراه في شابلن الأصلي؟ ماذا الذي يعنيه الشيء الأصلي في مجتمع يعاد فيه إنتاج التمثيلات القابلة للتكرار والإضافة إلى ما لانهاية؟ كيف نفهم هذه المتعة الغريبة التي نجدها في رؤية تشارلي شابلن يخسر في مسابقة لتقليد شابلن؟ لماذا نبذل الكثير من الجهد لإضافة التفاصيل وعمل التنويعات المختلفة على تلك القصة بهدف إضفاء قدر أكبر من المصداقية عليها؟ ولماذا نصدقها بمثل تلك البهجة؟ ما هو هذا الجزء القابل للتقليد الذي نراه في «الآخر»؟ هل هو جزء من «الآخر فينا» أو «منّا في الآخر»؟ علاوة على ذلك، أليست فضيلة السينما الأولى، كما هو الحال مع جميع وسائط التمثيلات التي نتعرف من خلالها على أنفسنا، هي السماح لنا برؤية هذا الجزء «المشترك» والحميمي والاجتماعي في ذواتنا، بواسطة تلك اللحظات الفريدة التي يشتبك فيها الفن، ذلك السحر، مع الحياة؟

من خلال علاقتنا الفعالة مع تمثيلات العالم الذي نواجهه، نصوغ ما أشار إليه الفيلسوف الفرنسي شارل لالو Charles Lalo باسم «وعينا الجمالي»[1]. فقد سعي لإثبات -مستئنفًا في ذلك المسار الذي سلكه من قبل الكثير من علماء الجمال الألمان في القرن التاسع عشر- كيف أن حياتنا الجمالية هي بالكامل نتاج لقدرتنا على إثراء «الميل الرمزي» Einfühlung لدينا، مشتركين في ذلك مع تلك الجماعة -التي تتجاوز الأسرة والمقربين ممن نشاطرهم المصير الاجتماعي- التي تتأسس على استشعار نفس الحالة الذهنية أمام الأعمال الفنية والأحداث الثقافية، والسياسية والأخلاقية. بسبب امتلاكنا لهذا الوعي الجمالي، نصبح قادرين - بالنسبة لشارل لالو- على الإقرار بالقيم الجمالية، بل وعلى الدفاع عنها بالمعنى الحقيقي

(1) Charles Lalo, *L'art et la vie sociale*, Paris, Gaston Doin, 1927.

للكلمة، لأن الفن يسمح بالوصول إلى مستوى من التمثيلات يقدم لنا «تشكيلًا منظّمًا للحياة، واعٍ أو مقصود» قد نتفق أو لا نتفق معه: فبناء القيمة في إدراكنا هو إعادة تشكيل -عن طريق التجريد- للعناصر المنفصلة المتعلقة بطاقة أو بفعل ملموس، من خلال حتمية على وعي «بتوليف يتسم بالسعي للحصول على تلك القيمة تحديدًا[1]». يواصل الفيلسوف موضّحًا أن قيمنا الإنسانية، لأنها نتاج لتوليفات واعية، فهي تتواجد دائمًا بين شكلين أو قطبين يتأرجحان بين تصورنا لما هو طبيعي، ومفهومنا عن المثالية كما يدركها كل منا. النقاشات حول الطبيعي والمثالي التي شغلت فكر شارل لالو كانت معاصرة لمرحلته وسادت في العديد من المقاربات العلمية التي انتشرت في عصره. لذا فبعد اختراع التصوير الفوتوغرافي مباشرة، رأى الناس في هذه الأداة الرائعة طريقة للتكهن بماهية الوجه المتناسق على سبيل المثال، لا سيما من خلال محاولة فهم ما إذا كانت فكرة «معيار الجمال» يمكن أن تكتسب معنى ملموسًا في إدراكنا للعالم. من هذا المنظور عُقِد المؤتمر الدولي للجماليات في عام 1913، حيث سعى بعض الباحثين مثل ترو Treu -الذي سار على درب هيركنرات Herckenrath- لإثبات أن «لكل جندي في سرية، أو للطالب الأكثر وسامة، أو للطالبة الأكثر رقة في الجامعة، [كل منهم على حدة] قيمة جمالية أقل من قيمة المتوسط الناتج عن التطابق الفوتوغرافي بين جميع الفروق الفردية لهؤلاء الجنود أو لأولئك الطلاب[2]». المقصود هنا بالحد الأقصى «للقيمة الجمالية» للوجه، هو المعادل لما يعتبره أكبر عدد من الناس الوجه الأكثر جاذبية، وهو ليس سوى وجه افتراضي ناتج عن متوسط مصنوع من مزيج فوتوغرافي لمجموعة كاملة من الوجوه الحقيقية. المشكلة الوحيدة هي أن هذا الرجل أو هذه المرأة الناتجين عن هذا المونتاج غير موجودين. لقد شكّلا معيارًا مُخلّقًا، وبالتالي فهو يجسد قيمة مثالية، وهو ما يبدو كنوع من التناقض. مع ذلك، نفهم بفضل هذا المثال كيف يستند العادي على الواقع، بينما يشير المثال إلى افتراض متجسد. ومن هنا نفهم جيدًا كيف لشخص مجهول ومتنكر في شخصية شابلن أن يكون لديه فرصة أفضل من شابلن الحقيقي أمام لجنة تحكيم تختار الأفضل من بين شبيهي شابلن. نتصور أن أعضاء لجنة التحكيم المذكورة كان لديهم حساسية لهذا الكمال المنقوص الذي صنعوه بشكل جماعي، والذي يعادل شابلن مثاليًا

(1) Charles Lalo, *L'art et la morale*, Paris, Félix Alcan, 1934, p. 127

(2) المرجع نفسه، ص. 133

لا يستطيع شابلن الحقيقي أن ينافسه بما لديه من سمات «عادية». من المثالي إلى العادي ومن العادي إلى المثالي، يتعلق الأمر بالعلاقة الكلية بين العالم الذي نتمثله والحياة، تلك العلاقة التي لا تتوقف عن إعادة التشكل على مدار تطور العمليات الفنية للتمثيل ذاتها. تحتل السينما -بالنظر إلى مجمل عمليات تمثيل العالم- من خلال طريقتها في إظهار الشخصيات التي تخلقها، وبفضل الحكايات التي تحدد بداياتها ونهاياتها، ومن خلال قدرتها على الانتشار بين جمهور معولم، مكانة غير مسبوقة كيفًا وكمًا، من حيث قدرتها على خلق تصورات مثالية للحياة.

يقول عالم الاجتماع وعالم اللغة الأمريكي إرفينج جوفمان Erving Goffman أننا نميل جميعًا إلى تشكيل هويتنا من خلال ملاحظة «الآخر». هذه الملاحظة هي ما يسمح لنا ببناء استدلالات تكمن في أعماقنا، نتعرف من خلالها عما نكونه بالقياس على معيار مثالي نشيده عادة بشكل غير واعٍ، لكن نستطيع استدعاءه والقياس عليه في كل مرة نشعر وكأننا نبتعد عن صورتنا الواعية عن ذواتنا. يشير إرفينج جوفمان إلى أن مجمل استدلالاتنا تعتمد على عدد قليل من افتراضات نصوغها حول الطبيعة البشرية والأعراف. ومن اللافت للنظر كيف أن الخيال السينمائي يساهم في إثراء هذه الافتراضات وتوسيع مجالاتها، عندما يجعل أشكالًا مثالية للحياة -لم تكن لتخطر لنا على بال- مرئية، وبالتالي معقولة. «يجب أن تحلموا لكي تتمكنوا من الاستيقاظ في الصباح!»، يقول المخرج بيلي وايلدر بسخرية تميزه كواحد من أشهر صانعي الأحلام المنمذجة في هوليوود. لكنه ليس أي نظام للأحلام هو الذي تطلقه السينما، كما يقول عالم الاجتماع إدجار مورين، بالنظر إلى

> «وجودها وتأثيرها العميق على الحياة اليومية. فبديهيتها الحاضرة دومًا هي التي تخفي سر اليومي وسحره. سحرها الذي يتواكب بشكل جيد مع سحر الحياة اليومية. السينما هي جزء من الحياة اليومية. واجهات قاعاتها تتواجد بين واجهات المحلات التجارية. تخاطب السينما حياتنا اليومية. لا يمكن تصور علم اجتماع أنثروبولوجي للحياة اليومية بدون علم اجتماع أنثروبولوجي للسينما. ولا يمكن تصور علم اجتماع أنثروبولوجي للسينما بدون علم اجتماع أنثروبولوجي للحياة اليومية»[1].

(1) Edgar Morin, *Sociologie*, Paris, Fayard, 1984, p. 237.

لا تغير السينما تصورنا عن الحياة، بل تمنحها معنى أكثر شمولية وتجعلها مثل اللعبة، عن طريق إضفاء سمات مثالية على أنماط سلوكية وعلى طرائق في الوجود والحياة معًا، ومن خلال خلق بطولات من أشكال للحياة كنا نراها عادية ومتكررة. يكفي أن ننظر مرة واحدة إلى مشهد القبلة بين كاري جرانت Cary Grant وإنجريد بيرجمان Ingrid Bergman كما صورها ألفريد هيتشكوك في فيلمه «سيئ السمعة» *Notorious*، عام 1941، لكي نفهم كيف أن ما تم التسويق له في ذلك الوقت باعتباره أطول مقطع سينمائي يصور قبلة، يضم في لقطات قليلة ما يشبه دليل الإيماءات والأوضاع المناسبة التي يجب اتخاذها عند التقبيل. اليوم كل قبلاتنا قبلات سينمائية. وحدها السينما، عن طريق دمقرطة هذه الممارسة البرجوازية، هي التي نشرت القبلة بين جميع الطبقات الاجتماعية، وكذلك الأمر بالنسبة لكل استراتيجيات الإغواء التي تُتوج بالقبلة الشهيرة. لقد استحوذنا على هذه الحركات والوضعيات الجسدية -حتى ولو كان ذلك بشكل مرتبك- لأنها من خلال الشاشة الكبيرة قد تناغمت جماليًا مع المثال الذي تشير إليه: مثال أصبح هو القاعدة مرة أخرى، لكنها قاعدة ضرورية لبناء ثقة اجتماعية قد تخذلنا أحيانًا في لحظاتنا الأكثر حميمية. في الكتاب الذي خصصه لما أسماه «ميلودراما المرأة المجهولة» *The Melodrama of the Unknown Woman* وعنوانه **«احتجاج الدموع»** *Contesting Tears*. يؤكد الفيلسوف ستانلي كافيل Stanley Cavell على أن الكوميديات في السينما الهوليوودية «لا تعتبر أن العلاقة بين الأفراد تمثل المجتمع في وضعه الفعلي، ولكنها تمثل الفرص الممكنة في هذا المجتمع[1]». من هذا المنطلق تقدم السينما لنا النموذج الذي نحتذي به في سياق حياتنا الشخصية من خلال سماتها وقوة تأثيرها المعنوي، ولكن أيضًا وعلى وجه الخصوص من خلال القيمة التوضيحية التي نتمثلها أكثر مما نتصور وبما هو أكثر من مجرد الخيال.

واحدة أخرى من الخصائص المميزة للسينما والتي تسمح بتوليد وتعزيز روابط كثيرًا ما تكون جديدة بين السينما والحياة، هي التعاطف مع أشخاص أو مواقف ليست مألوفة لدينا، وهو ما لا يقل أهمية عن قدرتها على تقديم النموذج المُحتذى به. عندما يستمع نيك مارشال Nick Marshall عدو النساء، بعد سقوطه في حوض الاستحمام الخاص به، إلى أفكار

(1) Stanley Cavell, *La protestation des larmes. Le mélodrame de la femme inconnue*, Paris, Capricci, 2012, p. 25.

النساء في فيلم نانسي ميرز Nancy Meyers «ما تريده النساء» *What Women Want* ، 2000، يدرك كل المتفرجين -رجالًا ونساءً- موقعهم، والموقع الذي يحددونه للآخر. تصبح العدوى السينمائية تعاطفًا، ويصبح التعاطف عاملًا للبقاء على قيد الحياة في مسارنا اليومي. المسافة بين المثال -أن تكون مُطّلعًا على تفكير الآخرين -والقاعدة-أن تخمن ما يفكر فيه الآخر- تصبح هنا وعيًا، لأن الأول يأتي من العالم الخيالي، بينما تأتي الثانية من عالم اليومي، ولا يمكن عندئذ أن يكون هناك تبادل مواقع بين المثالي والقاعدة. السمة الثالثة والأخيرة للروابط التي من الممكن أن تتأسس بين السينما و الحياة، هي الإثارة، إثارة قد تتخذ منعطفًا دراماتيكيًا في بعض الأحيان. في أغسطس 2012 ، ذكرت صحيفة ديلي ميل *Daily Mail* أن طالبًا جامعيًا يبلغ من العمر 16 عامًا قد توفي في بريطانيا العظمى، بعد سقوطه من مبنى شاهق يصل ارتفاعه إلى أكثر من عشرين مترًا. تملكت من الشاب كايل وينتربوتوم Kyle Winterbottom فكرة إعادة تمثيل لمشهد من فيلم «ديرديفيل» *Dardevil*، وهي الشخصية التي سيطرت عليه منذ أن شاهد الفيلم على حد قول أصدقائه هناك. دون الوصول لمثل تلك الحدود القصوى، استطعنا جميعًا على مدار مسيرتنا كمتفرجين أن نستشعر القدرة التي تمارسها علينا أفلام معينة من خلال تعزيزنا معنويًا وعاطفيًا وحتى جسمانيًا، خلال الدقائق بل والساعات التي تعقب خروجنا من السينما. تقديم النموذج، التعاطف والإثارة تشكل الأسس العاطفية والفكرية للأعمال الرئيسية القليلة -التي لا تتجاوز أبدًا خمسة أو ستة أفلام طوال حياتنا- التي تسمح ببناء الأسس المرجعية لعلاقتنا بعالم التمثيلات الفنية، وإرساء قواعد شخصيتنا الثقافية. وبهذه الشخصية يتبين لنا أن تلك القصة، وذلك الكتاب، وهذا الفيلم، وتلك الموسيقي يتداخل صداها مع هويتنا العميقة، فيساعدنا ذلك في أن نكون أكثر وعيًا بمن نكون، وبالتالي أن نعيد تنشيط الشعور، كلما لزم الأمر، بأننا موجودون بكل ما لدينا من أوجه تشابه وتفرد وسط الآخرين، الذين هم مثلنا يتشابهون ويتفردون.

كذلك فإن الاضطلاع بسوسيولوجيا للسينما من خلال التركيز على الجمهور يشكل طرحًا لتساؤل عما يفعله متفرجو السينما بالسينما، سينما تفيض على الحياة، فتولد قصصًا تنفرد بها وتساعدنا بشكل مستتر في فهم كيف تسمح لنا هذه الأداة للثقافة المهيمنة سواء على مستوى الانتشار أو الإبداع، بأن نرى أنفسنا بالمعنى الأنثروبولوجي للكلمة. بعبارة

أخرى، يتعلق الأمر بالسؤال عما يربطنا بالسينما، دون أن ننسى بالطبع أنه توجد أشياء أخرى في حياتنا غير السينما. يجبرنا هذا التساؤل عندما نطرحه بهذا الشكل على تجاوز التحليلات التقليدية لنسب الحضور أو لأرقام شباك التذاكر لكي يصبح اهتمامنا مسلطًا على المكانة الملموسة التي تحتلها السينما في حياتنا. السينما في دور السينما، سينما الـ DVD أو الـ Blu Ray ، تحميل الأفلام، القرصنة، شراء مواد أو وثائق متعلقة بالسينما أو صناعة الأفلام أو توليفها، استخدام وظائف «الكاميرا» في الهواتف المحمولة، التواصل السينمائي الجماعي: لقد أتاح القرن الحادي والعشرون فضاءً يسمح ببناء ممارسة سينمائية تجعل من الممكن إقامة علاقة ذات طابع شخصي متزايد مع الأفلام التي تتخلل حياتنا. لكن المنظور السوسيولوجي يكشف كذلك حقيقة أن علاقتنا بالسينما -كممارسة ثقافية فريدة- تُظهر طريقة للوجود، وطريقة للنظر إلى الحياة، ورغبة في إيجاد وسيلة للتواصل مع الآخرين من خلال الأفلام التي نحبها، ومن ثم الوصول إلى معنى المشاركة الجماعية. في الحياة اليومية، يتبين لنا بوضوح أنه إذا لم نتمكن من العثور على الكلمات المناسبة للحديث عن الاقتصاد أو السياسة، فنحن دائمًا ما نجد كلمات لوصف فيلم شاهدناه، مما يجعل السينما واحدة من أكثر مواد الحديث ديمقراطية. إلى جانب ذلك، يتبين لنا أن من يقومون بتصميم مواقع المواعدة على الإنترنت على صواب: فالأسئلة عن السينما وعن الفيلم المفضل توجد من ضمن الأسئلة الرئيسية التي تسمح بتعريف نفسك، وبالتالي بالحديث عن الذات. بل إن 91٪ من اللقاءات الأولى في «الحياة الحقيقية» والتي تتلو مقابلة على الإنترنت يكون موضوعها خروجة ... إلى السينما.

إذا كانت بعض التقنيات الجديدة تعتمد على الإمكانات الموجودة في محتوى الأفلام التي نحبها، لخلق فرص الحوار، فإن تقنيات أخرى مثل الهواتف المحمولة أو الكاميرات الرقمية الصغيرة قد جعلت الكل قادرًا على استخدام وسائل التصوير وتوليف الصور أو عمل سيناريوهات مشهد، أو ببساطة التقاط لحظة من الحياة اليومية. هذه اللفتات، وإن لم تُحوِّل الممارسات في حد ذاتها، إلا أنها تشكل بالتأكيد عين المتفرج الذي يصبح حقًا مشاهدًا-ممثلًا. لن يؤدي تكرار تلك الأفعال إلى ميلاد عدد أكبر من صناع الأفلام في جمهور المستقبل، بل إلى تكوين خبراء في الرؤية، يقظين ومطلعين، قادرين على المشاهدة والتحدث بشكل أفضل عن ممارساتهم التي تتزايد مع تزايد الوسائل الجديدة للتشارك، كما هو الحال على الويب

والشبكات الاجتماعية. في الواقع، تسمح خبرة المشاهدة الجديدة بتجسيد استقلالية الحكم على الفيلم، وإظهار نظرة الجمهور، وبالأخص تبادل الآراء الذي يتولد حول الجودة التقنية للفيلم، أو حول أوجه الجديد فيه، أو قوة قصته، أو عما تخبرنا به تلك القصة عن أنفسنا وعن المشاعر التي يستطيع أن يثيرها لدينا. في هذا التلقي الذي يتجدد بلا انقطاع يتأسس مستقبل السينما التي يتنبأ البعض بالرغم من ذلك باختفائها، وهو أمر مضحك لأن هذه النبوءة مطروحة منذ السنوات الأولى للسينما، منذ 1905. تطرح التكنولوجيا الرقمية التساؤل من جديد حول «نهاية السينما» (Gaudreault, Marion: 2013)، وخاصة حول ما لا يزال يشكل هوية الحقيقة السينمائية، بل حقيقتها الوجودية. لا يجب أن نخدع أنفسنا: يكمن الجواب وسيظل، في ذلك الاستحواذ الفعال على السينما من قبل مشاهديها، استحواذ يظهر في بساطة الأفعال الصغيرة الدالة في تنويعاتها اليومية، وفي قدرة تلك الجماهير على امتلاك الأعمال السينمائية ومنحها وجودًا اجتماعيًا ونقلها من متلقٍ لآخر (Jeanneret: 2014). إن دراسة سوسيولوجيا السينما اليوم هي فهم لكيفية تطور السينما في التشاركات الجديدة التي تيسرها، وكيف تتيح لنا أن نثمن أنفسنا وأن نتفرد عندما نتحدث عن «أفلام حياتنا»، كيف تعمل هذه الأفلام أخيرًا على جعل وجودنا أكثر تماسكًا عندما تساعدنا على أن نحكي، وبالتالي أن نحكي أنفسنا.

مراجع

ستسمح هذه الببليوجرافيا لكل قارئ بالعثور على جميع المراجع المذكورة على مدار صفحات هذا الكتاب. بالإضافة إلى ذلك فإن البيبليوجرافيا مبنية وفقًا لتقسيم موضوعي حول خمسة محاور. سنكتشف أيضًا نصائح أخرى مفيدة للقراءة تهدف لتتعرف على:

- المقاربة الاجتماعية للثقافة،
- السينما وطرائق معينة للتفكير فيها،
- علم اجتماع السينما وعلم اجتماع جمهورها بالمعنى الدقيق للكلمة،
- بعض المراجع التي تفضي إلى فتح نقاشات أخرى حول السينما،
- مواقع ويب تحتوي على معلومات محدثة عن السينما والعلوم الاجتماعية.

أ) استكشاف بعض النصوص الأساسية في العلوم الاجتماعية التي يمكن استدعاؤها للتفكير في السينما وبشكل عام في الثقافة وممارساتها.

Adorno Th. W. et **Horkheimer M.**, *La Dialectique de la raison*, Paris, Gallimard, 1974.

Berger P. L., *Invitation à la sociologie*, Paris, La Découverte, 2006.

Bourdieu P., *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Minuit, 1979.

Bourdieu P., Chamboredon J.-Cl. et Passeron J.-Cl., *Le Métier de sociologue.*

Préalables épistémologiques, Paris, Mouton-Bordas, 1968.

Bourdieu P. et **Darbel A.**, *L'Amour de l'art. Les musées d'art européens et leur public*, Paris, Minuit, coll. «Le sens commun», 1969.

Brémond C., «La logique des possibles narratifs», *Communications*, n° 8,

L'Analyse structurale du récit (1966), Paris, Seuil, 1981.

Détrez C., *Sociologie de la culture*, Paris, Armand Colin, coll. «Cursus», 2014.

Donnat O., *Les Pratiques culturelles des Français. Enquête 1997*, Paris, La Documentation française, 1998.

Dumur G. (dir.), *Histoire des Spectacles*, Paris, Gallimard, coll. «Encyclopédie de la Pléiade», 1965.

Elias N., *Du temps*, Paris, Fayard, 1997.

Ethis E., *Le cinéma près de la vie. Prises de vue sociologiques sur le spectateur du xxie siècle*, Paris, Démopolis, 2015.

Ethis E., *Pour une po(ï)étique du questionnaire en sociologie de la culture. Le spectateur imaginé*, Paris, L'Harmattan, coll. «Logiques sociales», 2004.

Fabiani J.-L., «Publics constatés, publics inventés, publics déniés», *in Enseigner la musique*, n° 6-7, Lyon, 2004.

Ferro M., *Cinéma et Histoire*, Paris, Denoël-Gonthier, coll. «Bibliothèque médiations», 1977.

-, *Film et Histoire*, Paris, Éd. de l'EHESS, 1984.

Flahault F., «Une manière d'être ensemble», *in La Conversation*, n° 182, Paris, Autrement, 1999.

Fleury L., *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*, Paris, Armand Colin, 2006.

Genette G., *L'OEuvre de l'art. La relation esthétique*, Paris, Seuil, 1997.

Grafmeyer Y., *Sociologie urbaine*, Paris, Armand Colin, coll. «128», 1994.

Grignon C. et Passeron J.-C., *Le Savant et le Populaire.* Misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature, Paris, Gallimard-Seuil, 1989.

Grossin W., *Les Temps de la vie quotidienne*, Paris, Gallimard, 1974.

Gumperz J. J., *Language and Social Identity*, Cambridge, Cambridge University Press, 1982.

Hoggart R., *La Culture du pauvre*, Paris, Minuit, coll. «Le sens

commun», 1970.

Jauss H. R., *Petite Apologie de l'expérience esthétique*, Paris, Allia, 1978.

Jost F., *Un monde à notre image. Énonciation, cinéma, télévision*, Paris, Méridiens-Klincksieck, 1992.

Katz E. et **Lazarsfeld P. L.**, *Influence personnelle*, Paris, Armand Colin- INA, 2008.

Laplantine F., *De tout petits liens*, Paris, Mille et une nuits, 2003.

Leveratto J.-M., *La Mesure de l'art. Sociologie de la qualité artistique*, Paris, La Dispute, 2000.

Malinas D., *Portrait des festivaliers d'Avignon. Transmettre une fois ? Pour toujours ?*, Grenoble, PUG, 2008.

Maresca B., «L'intensité de la consommation, signe d'urbanité», *in* Donnat O., *Regards croisés sur les pratiques culturelles*, Paris, ministère de la Culture, DEPS, 2003.

Michaud Y., *Critères esthétiques et jugement de goût*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1999.

Moessinger P., *Voir la société. Le micro et le macro*, Paris, Hermann, coll. «Société et pensées», 2008.

Morin E., *L'Esprit du temps*, Paris, Armand Colin-INA, 2008.

Passeron J.-Cl., *Le Raisonnement sociologique*, Paris, Albin Michel, 2006.

Pavel T., «L'objet parmi les choses», *Critique*, n° 589-590, juin-juillet 1996

Seligman A. B., *The Problem of Trust*, Princeton University Press, 1997.

Sfez L., *Critique de la décision*, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, 1992.

Singly F. (de), *L'individualisme est un humanisme*, La Tour-d'Aigues, Éd. De l'Aube, 2005.

– *Les Uns avec les autres. Quand l'individualisme crée du lien*, Paris, Armand Colin, 2003.

Veyne P., «Conduites sans croyance et oeuvre d'art sans spectateurs», *Diogène*, n° 143, 1988, p. 3-22.

Vigarello G., *Histoire de la beauté. Le corps et l'art d'embellir de la Renaissance à nos jours*, Paris, Seuil, 2004.

Weber M., *Économie et société*, Paris, Plon, 1971.

Williams R., *Culture and Society. 1780-1950*, New York, Harper and Row, 1966.

ب) الاعتماد على بعض الكتب لاستكمال أو اكتساب ثقافة سينمائية بهدف معرفة الطريق في عالم الأفلام ومن يصنعونها ومن يشاهدونها، وكذلك المؤلفين الذين يستوحون من السينما أعمالهم.

Aumont J. et **Marie M.**, *Dictionnaire théorique et critique du cinéma*, Paris, Armand Colin, coll. «Armand Colin Cinéma», 2005 [2001].

-, *L'Analyse des films*, Paris, Armand Colin, coll. «Armand Colin Cinéma», 2005 [1988].

Baecque A. (de), *L'Histoire-caméra*, Paris, Gallimard, 2008.

-, *La Cinéphilie. Invention d'un regard, histoire d'une culture. 1944-1968*, Paris, Fayard, 2003.

Barozzi J., *Le Goût du cinéma*, Paris, Mercure de France, 2008.

Baudry J.-L., *L'Effet-cinéma*, Paris, Albatros, 1978.

Bazin A., *Qu'est-ce que le cinéma ?*, Paris, Cerf, 1985.

Bonnel R., «L'hégémonie hollywoodienne», *CinémAction*, hors-série, 2002.

Bordwell D. et **Thompson K.**, *L'Art du film. Une introduction*, Paris, De Boeck, 2000.

Bosséno C.-M., *La Prochaine séance. Les Français et leurs cinés*, Paris, Gallimard, 1996.

Bosséno C.M. et **Dehée Y. (dir.)**, *Dictionnaire du cinéma populaire français*, Paris, Nouveau Monde Éditions, 2004.

Casetti F., *Les Théories du cinéma depuis 1945*, Paris, Armand

Colin, coll. «Armand Colin Cinéma», 2005 [1999].

Cavell St., *La Projection du monde*, Paris, Belin, 1999.

Cocteau J., *Du cinématographe*, Paris, Éd. du Rocher, 2003.

Coll., *La Revue du cinéma. Anthologie*, Paris, Gallimard, 1992.

Crowe C., *Conversations avec Billy Wilder*, Arles, Actes Sud, 2004.

Deleuze G., *Cinéma*, vol. 1, *L'Image-mouvement*, Paris, Minuit, coll. «Critique», 1983.

- Cinéma, vol. 2, *L'Image-temps*, Paris, Minuit, coll. «Critique», 1985.

Delmas L et **Lamy J.-C. (dir.)**, *Larousse du cinéma*, Paris, Larousse, 2005.

Faure É., *Fonction du cinéma. De la cinéplastique à son destin social*, Paris, Plon, 1953.

Gardies R. (dir.), *Comprendre le cinéma et les images*, Paris, Armand Colin, 2007.

Garson C., *Amoureux*, Arles, Actes Sud-La Cinémathèque française, 2007.

Gervereau L., *Images, une histoire mondiale*, Paris, Nouveau Monde Éditions, 2008.

Gilson P., **«Georges Méliès, inventeur»**, *La Revue du cinéma*, n° 4, 15 octobre 1929, p. 4-20.

Jullier L. et **Marie M.**, *Lire les images de cinéma*, Paris, Larousse, 2007.

Kessel J., *Hollywood, ville mirage*, Paris, Gallimard, 1937.

Kurosawa K., *Mon effroyable histoire du cinéma*, Pertuis, Rouge Profond, 2008.

Kyrou A. et **Siné**, *Manuel du parfait petit spectateur*, Paris, Le Terrain Vague, 1958.

Lamy J.-C. et **Rapp B.**, *Dictionnaire mondial des films*, Paris, Larousse, 2005.

Laplantine Fr., *Leçons de cinéma pour notre époque*, Paris, Téraèdre Publishing Éd. de la revue Murmure, 2008.

Leveratto J.-M., *Analyse d'une oeuvre : To be or not to be* (E. Lubitsch, 1942), Paris, Vrin, coll. «**Philosophie et Cinéma**», 2012.

Liandrat-Guigues S. et **Leutrat J.-L.**, *Penser le cinéma*, Paris, Klincksieck, 2001.

Magny J., «**Critique de cinéma**», *in Encyclopedia Universalis*, éd. Electronique 12.0, Paris, 2007.

Mary B., *Walt Disney et nous. Plaidoyer pour un mal-aimé*, Paris, Calmann-Lévy, 2004.

Metz Ch., *Le Signifiant imaginaire*, Paris, Christian Bourgois, 1984.

Passek J.-L., *Dictionnaire du cinéma*, Paris, Larousse, 2001.

Percy W., *Le Cinéphile*, Paris, Rivages, 1988.

Pinel V., *École, genres et mouvements au cinéma*, Paris, Larousse, 2001.

Prédal R., *Le Cinéma à l'heure des petites caméras*, Paris, Klincksieck, 2008.

Puiseux H., *L'Apocalypse nucléaire et son cinéma*, Paris, Cerf, coll. «7e art», 1988.

Rancière J., *Le Spectateur émancipé*, Paris, La Fabrique, 2008.

Renoir J., *Ma vie et mes films*, Paris, Flammarion, 2005.

Riou A., *Les Films cultes*, Paris, Chêne, 1998.

Rivière F., *Rendez-vous avec la peur et autres contes fantastiques portés à l'écran*, Paris, Cahiers du cinéma, 2005.

Rousset-Rouard Y., *Les 100 mots du cinéma*, Paris, Presses universitaires de France, coll. «Que sais-je ?», 2012.

Sadoul G., *Conquête du cinéma*, Paris, Librairie Gedalge, 1960.

Safra C., *Dictionnaire Spielberg*, Paris, Vendémiaire, coll. «**Echo**», 2014.

Salt B., *Film Style and Technology: History and Analysis*, London, Starwood, 2009.

Scheinfeigel M., *Cinéma et Magie*, Paris, Armand Colin, 2008.

Sire A., *Hollywood, la cité des femmes*, Arles, Actes Sud, 2016.

Tchernia P., *Magic ciné*, Paris, Fayard, 2003.

Tourneur J., *Written by Jacques Tourneur*, Pertuis, Rouge Profond, 2003.

Truffaut F., *Le Plaisir des yeux. Écrits sur le cinéma*, Paris, Cahiers du cinéma, 2000.

Von Sydow M., *La Leçon d'acteur*, Avignon, Éd. universitaires d'Avignon, 2008.

Wagner B., *Toujours L.A.*, Paris, Sonatine, 2008.

ج) ربط قضايا العلوم الاجتماعية بالقضايا التي تثيرها السينما من خلال اكتشاف الكتب التي تركز على علم اجتماع السينما وجمهورها

Allard L., «**Cinéphiles à vos claviers ! Réception, public et cinéma**», *Réseaux*, vol. 18, n° 99, 2000.

Allen R. C. et **Gomery D.**, *Faire l'histoire du cinéma. Les modèles américains*, Paris, Nathan, 1993.

Amy de la Brétèque F., «**Cinéma ouvrier, Histoire/Histoire du cinéma**», *Cahiers de la Cinémathèque*, n° 71, *Le Cinéma ouvrier français*, 2000.

-, *L'Imaginaire médiéval dans le cinéma occidental*, Paris, Honoré Champion, 2004.

Boully F., **Chenille V.** et **Hache-Bissette F.**, *James Bond. Figure mythique*, Paris, Autrement, 2008.

Bou Hachem A, *Sociétés, Revue des sciences humaines et sociales*, n° 96, *L'Image filmique*, Paris, De Boeck, 2007.

Cladel G., **Feigelson K.**, **Gévaudan J.-M.**, **Landais C.** et **Sauvaget**

D. (dir.), *Le Cinéma dans la cité*, Paris, Éd. du Félin, 2001.

Danard B., «**La fréquentation des salles de cinéma**», *in* Donnat O. et Tolila P. (dir.), *Le(s) Public(s) de la culture*, Paris, Presses de Sciences Po, 2003.

Darré Y., «Esquisse d'une sociologie du cinéma», *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 112-136, mars 2006, p. 66-79.

-, *Histoire sociale du cinéma français*, Paris, La Découverte, 2000.

Dayan D., *Western graffiti. Jeux d'images et programmation du spectateur dans* La Chevauchée fantastique *de John Ford*, Clancier-Guenaud, 1983.

Delaporte C., Le genre filmique. Cinéma, télévision, internet, Paris, Presses Sorbonne Nouvelle, coll. «Les Fondamentaux de la Sorbonne Nouvelle», 2015.

Dessere G. et **Schmidt N., «Le cinéma du sam'di soir»,** *CinémAction*, n° 95, 2e trimestre 2000.

Drummond L., *American dreamtime. A cultural analysis of popular movies, and their implications for a science of Humanity*, Lanham, Rowman & Littlefield Publishers, 1996.

Duclos D., *Le Complexe du loup-garou. La fascination de la violence dans la culture américaine*, Paris, La Découverte, 1994.

Dyer R., *Stars*, Londres, British Film Institute, 1979.

Esquenazi J.-P., *Godard et la société française des années 1960*, Paris, Armand Colin, 2004.

-, *Hitchcock et l'aventure de Vertigo. L'invention à Hollywood*, Paris, Éd. Du CNRS, 2001.

Ethis E., *La Petite fabrique du spectateur*, Avignon, Éditions Universitaires d'Avignon, 2012.

Ethis E., «En français dans le geste», *Télérama* Hors série consacré à Louis de Funès, n° 182, 1er trimestre 2013.

Ethis E. (dir.), «Enquête sur les pratiques cinématographiques des Avignonnais», Paris, ministère de la Culture, DEPS, 1997.

- (dir.), *Aux marches du palais. Le Festival de Cannes sous le regard des sciences sociales*, Paris, La Documentation française, 2001.

-, «La Caisse du cinéma : quand il faut décider», *Communications et langages*, n° 125, septembre 2000.

-, *Cannes hors projections, Protée, revue de théories et pratiques sémiotiques*, vol. 31, n° 2, université du Québec à Chicoutimi, automne

2003.

-, «Le cinéma, cet art subtil du rendez-vous», *Communications et langages*, n° 154, décembre 2007.

-, «Le temps du spectateur. Éléments pour une sociologie des identités temporelles», *Cahiers du cinéma*, n° 592, juillet-août 2004.

-, *Les Spectateurs du temps. Pour une sociologie de la réception du cinéma*, suivi de *La Petite Fabrique du spectateur*, Paris, L'Harmattan, coll. «Logiques sociales», 2006.

-, «Ladies, Tramps, Spaghetti and Meatballs. Disney, or the art of revealing the hidden soul of all things through their movement», *in L'art des Studios d'animation Walt Disney. Le Mouvement par nature*, sous la direction de Jean-Jacques Launier, Paris, Arts Ludiques Le Musée, 2016.

Ethis E. et **Malinas D.**, *Films de campus. l'université au cinéma*, Paris, Armand Colin, 2013.

Friedmann G. et **Morin E.**, *Revue internationale de filmologie*, t. VI, n° 20-24, Paris, PUF, 1955.

Guy J.-M., *La Culture cinématographique des Français*, Paris, La Documentation française, 2000.

Hamus-Vallée R., «Sociologie de l'image, sociologie par l'image», *in CinémAction*, n° 147, Condé-sur-Noireau, Charles Corlet, 2013.

Haskell M., *La Femme à l'écran. De Garbo à Jane Fonda*, Paris, Seghers, 1977.

Hoberman J. L., *Film after Film : Or, What Became of 21st Century Cinema ?*, London/New York, Verso, 2012.

Ishaghpour Y., *Historicité du cinéma*, Tours, Farrago, 2004.

Jarvie I., *Movie and Society*, New York, Basic Book, 1970.

Jullier L., *Hollywood et la difficulté d'aimer*, Paris, Stock, 2004.

-, *Interdit aux moins de 18 ans. Morale, sexe et violence au cinéma*, Paris, Armand

Colin, 2008.

-, *Qu'est-ce qu'un bon film ?*, Paris, La Dispute, 2002.

-, «Qu'est-ce qu'un bon film ?», *Esprit*, n° 10, oct. 2000.

Jullier L. et **Leveratto J.-M.**, *Cinéphiles et cinéphilie*, Paris, Armand Colin, 2010.

Kracauer S., *De Caligari à Hitler. Une Histoire du cinéma allemand. 1919-1933*, Paris, Flammarion, 1973.

-, *L'Histoire des avant-dernières choses*, Paris, Stock, 2006.

-, *L'Ornement de la masse. Essais sur la modernité weimarienne*, Paris, La Découverte, 2008.

Lagny M., «**Pierre Sorlin**, *Introduction à une sociologie du cinéma*», *Questions de communication*, 28 | 2015, 375-376.

Malinas D. et **Spies V.**, «**Mes jours et mes nuits avec Brad Pitt**», *Culture et Musées*, n° 7, juin 2006.

Mary Ph., *La Nouvelle Vague et le cinéma d'auteur. Socio-analyse d'une révolution artistique*, Paris, Seuil, 2006.

Matonti F., «**Une nouvelle critique cinématographique**», *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 161-162, mars 2006, p. 66-79.

Moine R., *Les Genres du cinéma*, Paris, Armand Colin, coll. «Armand Colin Cinéma», 2005.

Montebello F., *Le Cinéma en France*, Paris, Armand Colin, coll. «Armand Colin Cinéma», 2005.

Morin E., *Le Cinéma ou l'Homme imaginaire. Essai d'anthropologie sociologique*, Paris, Minuit, 1958.

-, «De la méthode en sociologie du cinéma », *in Actes du IIe congrès international de filmologie*, Paris, Sorbonne, 1955.

-, *Les Stars*, Paris, Seuil, 1972.

Pasquier D, Beaudoin V., Legon T., *«Moi je lui donne 55/». Paradoxes de la critique amateur en ligne*, Paris, Presses des Mines, collection «i3», 2014.

Péquignot B., *Recherches sociologiques sur les images*, Paris, L'Harmattan, 2008.

Roth R., *À l'écoute de Disney, Une sociologie de la réception de la musique au cinéma*, Paris, L'Harmattan, 2017.

Sellier G., «**Politiques de la représentation et de l'identité. Recherches en** *gender, cultural* et *queer studies*», *Cahiers du Genre*,

n° 38, 2005.

Sorlin P., *European cinemas, European societies. 1939-1990*, Routledge, 2001.

-, *Sociologie du cinéma*, Paris, Aubier, 1977.

-, *Introduction à une sociologie du cinéma*, Paris, Klincksieck, coll. «Collection d'esthétique», 2015.

Thévenin O., *La S.R.F. et la Quinzaine des réalisateurs*, Montreuil, Aux lieux d'être, 2008.

Valabrega J.-P., «Fondement psycho-politique de la censure», *Communications*, n° 9, 1967.

Wolfenstein M. et **Leites N.**, *Movies : a psychological study*, Glencoe, The Free Press, 1950.

د) توسيع مجال القراءة من خلال الانفتاح على بعض الأسئلة الإشكالية والمثيرة للجدل حول الواقع السينمائي بهدف المشاركة بفاعلية في النقاشات العامة المتعلقة بحاضرها ومستقبلها

Abruzzese A., *L'Industria culturale. Tracce e immagini di un privilegio*, con Davide Borrelli, Carocci, 2000.

Alexandre O., *La règle de l'exception. L'écologie du cinéma français*, Paris, Les Éditions de l'École des Hautes Études en Sciences Sociales, coll. «Cas de figure», 2015.

Aumont J., *Que reste-t-il du cinéma ?*, Paris, Vrin, 2013.

Aumont J., *Limites de la fiction*, Paris, Bayard, coll. «Essais», 2014.

Bergala A., *Jean-Luc Godard par Jean-Luc Godard*, Paris, L'étoile-Cahiers du cinéma, 1985.

Bernard J.-J., *Petit éloge du cinéma d'aujourd'hui*, Paris, Folio, 2011.

Bonvoisin S., **Forest C.**, **Valmary H.**, *Figures des salles obscures : des exploitants racontent leur siècle de cinéma*, Paris,

Nouveau Monde, 2015.

Bordwell D., *Pandora's Digital Box. Films, Files and the Future of Movies*, Madison, Irvington Way Institute Press, 2012.

Bourgatte M. et **Thabourey V.**, *Le cinéma à l'heure du numérique, Pratiques et publics*, Paris, MkF, 2012.

Bourget J.-L., *Hollywood, la norme et la marge*, Paris, Armand Colin, coll. «Armand Colin Cinéma», 2005 [1998].

Breillat C., *Corps amoureux*, Paris, Denoël, 2006.

Cavell S., *Le cinéma nous rend-il meilleurs ?*, Paris, Bayard, 2003.

Cavell S. et **Desplechin A.**, **«Pourquoi les films comptent-ils ?»**, *Esprit*, août-septembre 2008, p. 208-220.

Club des 13 (coll.), *Le milieu n'est plus un pont mais une faille*, Paris, Stock, 2008.

Cluzel J., *Propos impertinents sur le cinéma français*, Paris, Presses universitaires de France, 2013.

Coe J., *Désaccords imparfaits*, Paris, Gallimard, 2012.

Collectif l'exception, *Le Banquet imaginaire*. Tome 2. *Le cinéma sans la télévision*, Paris, Gallimard, 2004.

Creton L., *Économie du cinéma. Perspectives stratégiques*, Paris, Armand Colin, 2005.

Devictor A., *Politique du cinéma iranien de l'âyatollâh Khomeiny au président Khâtami*, Paris, Éd. du CNRS, 2004.

Douin J.-L., *Dictionnaire de la censure au cinéma*, Paris, PUF, 1998.

Duval J., *Le Cinéma au xxe siècle. Entre loi du marché et règles de l'art*, Paris, CNRS, 2016.

Forest C., *L'industrie du cinéma en France. De la pellicule au pixel*, Paris, La Documentation française, coll. «Les Etudes», 2013.

Frodon J.-M., *La Projection nationale. Cinéma et Nation*, Paris, Odile Jacob, 1998.

Gaudreault A., Marion P., *La Fin du cinéma ? un média en crise à l'ère du numérique*, Paris, Armand Colin, 2013.

Gimello-Mesplomb F., *Objectif 49, Cocteau et la nouvelle*

avant-garde, Paris, Séguier, 2014.

Gimello-Mesplomb F. et **Laborderie P.**, *La ligue d'enseignement et le cinéma, Une histoire de l'éducation à l'image (1945-1989),* Paris, Association française Recherche Histoire du cinéma, 2016.

Glevarec H., *La sériephilie. Sociologie d'un attachement culturel*, Paris, Ellipses, coll. «Culture Pop», 2012.

Ishaghpour Y., *Opéra et théâtre dans le cinéma d'aujourd'hui*, Paris, La Différence, 1995.

Jeanneret Y., *Critique de la trivialité, Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, Paris, Éd. Non Standard, coll. «SIC», 2014.

Karmitz M., *Comédies*, Paris, Fayard, 2016.

Legendre J.-C., **«Lettre** 167», *in* Skorecki L., *Raoul Walsh et moi* suivi de *Contre la nouvelle cinéphilie*, Paris, PUF, 2001.

Lipovetsky G. et **Serroy J.**, *La Culture-monde. Réponse à une société désorientée*, Paris, Odile Jacob, 2008.

Lombard P., *600 répliques de films à l'usage du quotidien*, Paris, Dunod, 2016.

Malinas D. (dir.), *Culture et Musées - Démocratisation culturelle et numérique*, Actes Sud, Paris, n° 24 de la revue, décembre 2014.

Mary P., **«Dans le cadre du Losange. Pratiques de l'indépendance dans le cinéma d'Eric Rohmer»**, *in* Olivier Alexandre, Sophie Noël, Aurélie Pinto, *Culture et (in)dépendances. Le concept d'indépendance dans les industries culturelles*, Peter Lang, 2017.

Mérigeau P., *Cinéma : autopsie d'un meurtre*, Paris, Flammarion, 2007.

Michard H., **«Contrôle cinématographique et protection des jeunes»**, *Communications*, n° 9, 1967.

Milners J.-C., *Harry Potter. À l'école des sciences morales et politiques*, Paris, Presses universitaires de France, coll. «Hors collection», 2014.

Mongin O., **«Les Ch'tis : quelques raisons d'un succès»**,

Esprit, mai 2008, p. 6-12.

Pascal M., *Le Cinéma,* Paris, Le Cavalier Bleu, coll. «Idées reçues», 2003.

Prelle E. et **Vincenot E.**, *L'Anti-Cyclopédie du cinéma.* Illustrations de Charles Berberian, Paris, Wombat, coll. «Les Insensés», 2016.

Resch D., *C'est qui Catherine Deneuve ?*, Paris, Autrement, 2012.

Rombes N., *Cinema in the Digital Age*, London/New York, Wallflower, 2009.

Rosset C., *Propos sur le cinéma*, Paris, PUF, 2001.

Salmon C., *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, Paris, La Découverte, 2007.

Serceau D., *L'école en crise au cinéma*, Paris, Armand Colin, 2013.

Serceau M. et **Forest C.**, *Le Patis. Une salle de cinéma populaire devenue salle d'art et essai (Le Mans, 1943-1983)*, Paris, Presses Universitaires du Septentrion, coll. «Arts du spectacle», 2014.

Séveillac C., *Confidences d'un directeur de salles*, Paris, LeffMotif, 2015.

Sfar J., *Croisette,* Pertuis, Delcourt, 2008.

Skorecki L., *Raoul Walsh* et moi suivi de *Contre la nouvelle cinéphilie,* Paris, PUF, 2001.

Tryon Ch., *Reinventing Cinema : Movies in the Age of* News Brunswick, Rutgers University Press, 2009.

هـ) تصفح الإنترنت لتحديث البيانات الرقمية والوقائع المذكورة في هذا الكتاب، وإثراء الثقافة السوسيولوجية والسينمائية، والتعرف على عدد من المدونات لباحثي العلوم الاجتماعية المهتمين بالسينما

www.cnc.fr

موقع المركز الوطني للتصوير السينمائي. يشتمل على جميع إحصاءات التشغيل والحضور المحدثة، وكذلك على عدد من الملفات الموضوعية المتعلقة بقضايا محددة (بطاقات الاشتراك، جغرافيا السينما، إلخ).

www.obs.coe.int

الموقع الأوروبي للملاحظة السمعية والبصرية ونجد فيه إحصاءات لكل دولة على المستوي الأوروبي وتقارير قومية تسمح بإجراء المقارنات.

www.cinematheque.fr/bibliotheque.html

موقع مكتبة الأفلام. مفتوح على جميع الكتالوجات وعدد كبير من قواعد المعلومات التي تسمح بإجراء بحث ببليوجرافي دقيق نسبيًا.

www.festival-cannes.com

الموقع الرسمي لمهرجان كان السينمائي الدولي. يسمح بمتابعة أخبار السينما والوصول إلى أرشيفات أكبر مهرجان سينمائي في العالم.

www.csa.fr

موقع المجلس الأعلى السمعي البصري الفرنسي. يسمح بالعمل على العديد من القضايا التنظيمية (حماية القصر ، وما إلى ذلك).

www.imdb.com

موقع Internet Movie DataBase ، أقدم قاعدة بيانات عن السينما. للبحث عن طريق العنوان أو الاسم .

www.allocine.fr

إعلانات الأفلام وبيانات تقنية عن الأفلام والممثلين، ..إلخ.

www.lefilmfrancais.fr

معلومات اقتصادية عن السينما العالمية

www.cinefil.com

الإصدارات الجديدة في فرنسا. منتدي مناقشات لمستخدمي الإنترنت

www.gaumontpathearchives.com

الوصول إلى أرشيف شركة جومون وباتيه Gaumont وباثي. أخبار مصورة عن السينما

www.filmsite.org

موقع تيم ديركس Tim Dirks عن تاريخ سينما هوليوود وأخبارها

www.davidbordwell.net

موقع ديفيد بوردويل David Bordwell مدونة ممتازة عن الفن السينمائي.

http://ethis-e.blogspot.com

موقع إيمانويل إيثيس. مدونة مخصصة لعلم اجتماع مشاهدي السينما.

www.bellefaye.com

دليل المهنيين السينمائيين (المخرجين والمنتجين والممثلين، ...إلخ). الأجندات وعروض العمل.



كيف أضحت السينما الممارسة الثقافية التشاركية الأكثر شعبية على مستوى العالم؟ و لمَ نلجأ إليها لمساعدتنا في فهم عالمنا، ونستدعيها لنعبر عن جانب من ذواتنا؟ كيف استقرت "قاعة السينما" بطقوسها ورموزها في قلب ممارسات المدينة؟ وما هي أشكال تلقينا لها وتعاطينا معها؟ يعرض هذا الكتاب الإجابات المرجعية التي قدمها علم الاجتماع لهذه الأسئلة، مشكّلًا أداةً مرجعية لعلم اجتماع الثقافة ولكل المهتمين بالسينما.



ISBN 978-603-03-7842-5

9 786030 378425

الطبعة الأولى: 2021

معنى
MANA